

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP PERILAKU  
KEAGAMAAN REMAJA**

**(Studi pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung)**



**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial ( S. Sos ) Pada Ilmu Ushuluddin dan  
Studi Agama**

**Oleh**

**Reni Ferlitasari  
NPM. 1431090114**

**Jurusan : Sosiologi Agama**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG**

**1438 H/2018 M**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP PERILAKU  
KEAGAMAAN REMAJA**

**(Studi pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung)**

**Pembimbing I : Suhandi, S.Ag., M.Ag**

**Pembimbing II : Ellya Rosana, S.sos., M.H**

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial ( S. Sos ) Pada Ilmu Ushuluddin dan  
Studi Agama**

**Oleh**

**Reni Ferlitasari  
NPM. 1431090114**

**Jurusan : Sosiologi Agama**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG**

**1438 H/2017 M**

## ABSTRAK

### PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA (Studi Pada Rohis Di SMA Perintis 1 Bandar Lampung)

Oleh:

**Reni Ferlitasari**

*Instagram* adalah media sosial dengan sistem pengolahan foto dan video serta perolehan informasi yang lebih praktis. Mengambil dan menyebarkan foto dan video dengan fitur yang disajikan tak heran jika *Instagram* menjadi media sosial yang paling populer. Kelebihan-kelebihan yang disajikan media sosial *Instagram* mampu meraih pengguna terbanyak dari media sosial lainnya tak terkecuali remaja, bahkan pengguna terbanyak adalah remaja. Media sosial *Instagram* menawarkan sistem komunikasi dengan berbagai kemudahan melalui penggunaan fitur ataupun konten tidak hanya estetika tetapi juga etika yang dapat diciptakan. Pemanfaatan fitur untuk menemukan foto, video dan berita tentang keislaman serta Akun-akun keagamaan pada *Instagram* salah satu metode yang dapat menciptakan etika yang baik sekaligus mempengaruhi bagi penggunaannya khususnya remaja.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang diberikan media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan penyebaran angket. Metode analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji linearitas, uji koefisien regresi linear sederhana dan uji hipotesis menggunakan uji determinasi atau  $R^2$ . Kemudian pengolahan datanya menggunakan aplikasi SPSS for windows 18.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial *Instagram* memberikan pengaruh kepada remaja rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung lewat penggunaan fitur-fitur yang disajikan, sehingga dengan adanya media sosial *Instagram* remaja rohis dapat terpengaruh dalam perilaku sehari-hari yang mencerminkan nilai-nilai keislaman melalui memanfaatkan fitur *hashtag* (#) dapat memotivasi untuk melaksanakan seperti beribadah kepada Allah SWT, menghormati orang tua, tidak berlebihan dalam hal duniawi, peduli terhadap sesama dan lain-lain baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Selanjutnya, melalui penggunaan *mentions*, mampu menciptakan ukhuwah islamiyah melalui pemanfaatan *like* & komentar karena tidak hanya mengkritik dan memberikan saran tetapi tetap menjaga silaturahmi bahkan menciptakan forum belajar antar sekolah yang tidak hanya seputar ajaran keislaman tetapi pelajaran sekolah sehingga membantu perkembangan studi dan berprestasi. Kemudian, mengajak orang lain untuk menggalakkan kegiatan baksos berdasarkan informasi yang

didapat di akun-akun keagamaan *Instagram*. Berdasarkan uji determinasi atau  $R^2$  pengaruh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja adalah sebesar 11,9% itu berarti perilaku keagamaan remaja dapat dijelaskan oleh penggunaan konten atau fitur dari media sosial *Instagram*. Oleh karena itu remaja harus cerdas dalam penggunaan media sosial *Instagram*, dengan berbagai macam fitur yang dapat digunakan jadikanlah *Instagram* sebagai bahan dakwah.

**Kata kunci:** Media sosial, *Instagram*, Perilaku Keagamaan Remaja







**KEMENTRIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA**

**Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame I Bandar Lampung 35131 Telp. (0721)703260 Fax. 703531**

**PERSETUJUAN**

**Skripsi berjudul : PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA  
(Studi Pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung)**

**Nama : Reni Ferlitasari  
NPM : 1431090114  
Jurusan : Sosiologi Agama**

**MENYETUJUI**

**Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosah Fakultas  
Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan  
Lampung**

**Pembimbing I**

**Suhandi, S. Ag., M.Ag  
NIP. 19111171997031003**

**Pembimbing II**

**Ellya Rosana, S.sos., M.H  
NIP. 197412231999032002**

**Mengetahui,  
Ketua Prodi Sosiologi Agama**

**Suhandi, S.Ag., M.Ag  
NIP. 19111171997031003**





**KEMENTRIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA**

*Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame I Bandar Lampung 35131 Telp. (0721)703260 Fax. 703531*

**PENGESAHAN**

**Judul Skripsi : PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA (Studi Pada Rohis di  
SMA Perintis 1 Bandar Lampung). Disusun oleh: RENI FERLITASARI,  
NPM. 1431090114 Jurusan SOSIOLOGI AGAMA telah diajukan dalam sidang  
munaqosah Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama pada hari/ tanggal : **Jumat/ 29  
Juni 2018****

**TIM PENGUJI**

**Ketua Sidang : D.r Himyari Yusuf, M.Hum**

**Sekretaris Sidang : Siti Badiah, S.Ag., M.Ag**

**Penguji I : Drs. M. Nursalim Malay, M.Si**

**Penguji II : Suhandi, S.Ag., M.Ag**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama**



**Dr. Arsyad Sobby Kesuma, Lc. M.Ag**

**Nip. 1958082231993031001**

## MOTTO

إِنَّا جَعَلْنَا مَا عَلَى الْأَرْضِ زِينَةً لِّهَا لِنَبْلُوهُمْ أَيُّهُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ﴿٧٧﴾

Sesungguhnya kami Telah menjadikan apa yang di bumi sebagai perhiasan baginya, agar kami menguji mereka siapakah di antara mereka yang terbaik perbuatannya.



## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati mengucapkan Alhamdulillah dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT untuk segala nikmat dan kekuatan yang telah diberikan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini, sehingga dengan rahmat-nya karya ini dapat terselesaikan. Skripsi ini peneliti persembahkan sebagai tanda cinta kasih, tanggung jawab dan hormat tak terhingga kepada:

1. Orang tuaku tercinta, Ayahanda Ridwansyah dan Ibunda Reri Dinarni yang telah merawatku, membesarkanku serta mendidikku dengan penuh cinta dan kasih sayang, menyekolahkanku, berjuang untuk keberhasilanku mendoakanku dan selalu sabar memberikan motivasi supaya aku tetap semangat, Berkat pengorbaan, jerih payah dan motivasi yang selalu diberikan akhirnya terselesaikan skripsi ini.
2. kakakku Rika Novitasari dan adikku Vera Wulandari yang selalu memberikan semangat. semoga Allah SWT senantiasa memberikan Rahmat-Nya, kesehatan, kemurahan rezeki, keberkahan umur kepada Ayahanda, Ibunda dan kedua saudaraku serta selalu dalam lindungan Allah SWT. *Aamiin Ya Rabbal'alam*
3. *My Suspicious Partner* “RPP” terimakasih atas kesabarannya mendengarkan keluh kesah dan sumbangsih pemikirannya. Semoga kita selalu dalam lindungan dan ridho-Nya.



## **RIWAYAT HIDUP**

Peneliti dilahirkan di kota Pringsewu pada tanggal 10 Juni 1996, anak kedua dari tiga bersaudara, dari pasangan Ridwansyah dan Reri Dinarni. Pendidikan Peneliti dimulai dengan menempuh pendidikan sekolah dasar pada tahun 2002 di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Sukaratu diselesaikan pada tahun 2008. Kemudian dilanjutkan pada Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Pagelaran. Setelah lulus SMP tahun 2011 peneliti melanjutkan Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Pringsewu pada jurusan Ilmu Pengetahuan Alam dan selesai pada tahun 2014.

Setelah menamatkan pendidikan SMA tahun 2014, peneliti melanjutkan kejenjang pendidikan perguruan tinggi dan memutuskan untuk mengikuti pendaftaran di Universitas Islam Negeri Lampung dan di terima di Fakultas Ushuluddin Jurusan Sosiologi Agama. Selama menempuh pendidikan di UIN Lampung peneliti pernah menjabat sebagai Ketua Himpunan Mahasiswa Prodi Sosiologi Agama, anggota dalam komunitas Ampibi (Asosiasi Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidik Misi), alhamdulillah sebelum menyelesaikan pendidikan pada jenjang ini peneliti diangkat untuk bekerja sebagai asisten di Prodi Sosiologi Agama. Dalam rangka memperoleh gelar sarjana sosiologi (S.Sos) pada tahun 2018 peneliti menulis skripsi dengan judul PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KEAGAMAN REMAJA (STUDI PADA ROHIS DI SMA PERINTIS 1 BANDAR LAMPUNG). Semoga ilmu yang di dapat di UIN Raden Intan Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama di jurusan Sosiologi Agama bisa bermanfaat bagi diri saya sendiri dan orang lain.

## KATA PENGANTAR



Segala puji serta rasa syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah memberikan karunia serta nikmatnya yang tiada terhingga sehingga dalam pembuatan skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan penuh rasa syukur, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : “PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA (Studi pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung). Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana sosial (S.sos) pada Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama dan Prodi Sosiologi Agama.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan semua pihak, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh Mukri, M.Ag selaku rektor UIN Raden Intan Lampung beserta segenap staff pimpinan dan segenap karyawan yang telah berkenan memberikan kesempatan dan bimbingan kepada peneliti selama studi.
2. Bapak Dr. H. Arsyad Sobby Kesuma, Lc. M.Ag selaku dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung beserta segenap staff pimpinan dan segenap karyawan yang telah berkenan memberikan kesempatan dan bimbingan kepada peneliti selama studi.
3. Bapak Suhandi S.Ag., M.Ag selaku pembimbing I sekaligus ketua prodi Sosiologi Agama dan Ibu Siti Badiah S.Ag., M.Ag selaku sekretaris prodi Sosiologi Agama yang telah memberikan pengarahan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Ellya Rosana, S.sos., M.H selaku pembimbing II, terima kasih atas keikhlasan dan kesediaannya memberikan bimbingan disela-sela

kesibukan, serta memberikan kritik dan saran dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Drs. M. Nursalim Malay, M.si dan bapak Nugroho Arif Setiawan, S.Psi., M.Psi, terimakasih atas kesediaannya memberikan kritik dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen prodi Sosiologi Agama dan semua pengajar Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti selama menempuh perkuliahan hingga selesai.
7. Bapak Zainuri, S.Ag., M.M.Pd selaku kepala sekolah SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang telah mengizinkan peneliti untuk mengadakan penelitian di sekolah yang beliau pimpin. Juga kepada Bapak dan Ibu guru yang telah membantu dan memberikan informasi kepada peneliti, sehingga data yang diperlukan dapat terpenuhi.
8. Semua siswa/siswi rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang telah membantu dan memberikan informasi serta mengisi angket dengan baik kepada peneliti sehingga data yang diperlukan dapat terpenuhi.
9. Rekan – rekan satu kampus, satu fakultas, satu jurusan, satu kelas, satu angkatan 2014 yang telah memeberikan sumbangsih pemikirannya untuk menyelesaikan skripsi ini. Sahabat – sahabatku Eka Ratnawati, Ika, Nurul, Meri Ayu Putri, Purnama Dewi, Siti Mutmainnah, Luthfi Salim, Pratama Adi, Wawan Saputra, Sepri Ridho, Rama Wijaya, Arif



Saiful Anwar, Wandistira, Denti, Samidah, Rere, Narul, Mbak Dian,  
Rini yang sama-sama masih berjuang.

10. Teman-teman dari komunitas AMPIBI UIN Raden Intan Lampung,  
sahabat HMJ sosiologi Agama, serta keluarga Wisma Vandra,  
terimakasih kalian telah memotivasi saya dalam segala hal.

11. Teman-teman KKN khususnya kelompok 22 “Curut” begitulah kami  
menyebutnya, terimakasih selalu memberikan semangat dan motivasi.

12. Almamaterku tercinta tempatku menempuh ilmu yang semoga  
bermanfaat di dunia dan akhirat, UIN Raden Intan Lampung. semoga  
selalu jaya dan dapat mencetak generasi-generasi penerus bangsa  
intelektual dan moral yang berkualitas

13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga semua kebaikan yang diberikan dengan ikhlas akan menjadi amal  
ibadah disisi Allah SWT, dan semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangsi  
yang berarti bagi dunia pendidikan.

Bandar Lampung, Juni 2018  
Peneliti

Reni Ferlitasari  
NPM.1431090114

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	4
C. Latar Belakang Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah .....	13
E. Tujuan Penelitian .....	13
F. Kegunaan Penelitian .....	14
G. Tinjauan Pustaka .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Media Sosial .....	17

1. Pengertian Media Sosial .....	17
2. Klasifikasi Media Sosial .....	17
3. Karakteristik Media Sosial .....	20
4. Manfaat dan Kegunaan Media Sosial .....	21
B. Instagram .....	22
1. Pengertian <i>Instagram</i> .....	22
2. Kelebihan <i>Instagram</i> .....	23
3. Manfaat <i>Instagram</i> .....	24
4. Fitur-fitur yang Terdapat di <i>Instagram</i> .....	25
C. Perilaku Keagamaan Remaja .....	27
1. Pengertian Perilaku Keagamaan Remaja .....	27
2. Karakteristik Perilaku Keagamaan Remaja .....	32
3. Aspek Yang Mempengaruhi Perkembangan Perilaku Keagamaan Remaja .....	35
4. Pembinaan Remaja dalam Perilaku Keagamaan .....	38
D. Pengaruh Media Sosial <i>Instagram</i> terhadap Perilaku Keagamaan Remaja.....	41
E. Kerangka Fikir .....	43
F. Hipotesis .....	46

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Identifikasi Variabel Penelitian .....	47
B. Definisi Overasional Penelitian .....	48
C. Populasi dan Sampel .....	50
D. Teknik Pengumpulan Data .....	51
1. Observasi .....	51
2. Kuesioner atau Angket .....	52
3. Wawancara .....	55
E. Pengujian Instrumen Penelitian .....	56
1. Uji Validitas .....	56
2. Uji Reabilitas .....	60



3. Teknik Analisis Data .....	62
1. Uji Normalitas .....	62
2. Uji Linearitas . ....	63
3. Uji Koefisien Regresi Linear Sederhana .....	63

## **BAB VI ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum/Orientasi dan Kancan Penelitian .....	65
B. Pelaksanaan Penelitian .....	74
C. Hasil Penelitian .....	78
D. Analisis Hasil Uji Hipotesis .....	88
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	89

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	94
B. Saran .....	95



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A : Susunan pernyataan variabel media sosial *Instagram* dan perilaku keagamaan remaja
- Lampiran B : Validitas dan Reliabilitas Uji coba skala variabel media sosial *Instagram* dan perilaku keagamaan remaja
- Lampiran C : Validitas dan Reliabilitas Uji skala variabel media sosial *Instagram* dan perilaku keagamaan remaja
- Lampiran D : Uji normalitas
- Lampiran E : Uji linearitas
- Lampiran F : Uji Koefisien Regresi Linear Sederhana
- Lampiran G : Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran H : SK Pembimbing Penyusunan Skripsi

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	: Blue Print Pengaruh Media Sosial <i>Instagram</i>
Tabel 3.2	: Blue Print Perilaku Keagamaan Remaja
Tabel 3.3	: Validitas Variabel Media Sosial <i>Instagram</i>
Tabel 3.4	: Validitas Perilaku Keagamaan Remaja
Tabel 4.1	: Validitas Pengaruh Media Sosial <i>Instagram</i>
Tabel 4.2	: Validitas Perilaku Keagamaan Remaja
Tabel 4.3	: Karakteristik Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel 4.4	: Karakteristik Jawaban Responden Berdasarkan Waktu Memiliki Akun Media Sosial <i>Instagram</i>
Tabel 4.5	: Karakteristik Jawaban Responden Berdasarkan Waktu Mengakses Media Sosial <i>Instagram</i>
Tabel 4.6	: Klasifikasi Pemanfaatan Konten Media Sosial <i>Instagram</i>
Tabel 4.7	: Klasifikasi Perilaku Keagamaan Remaja
Tabel 4.8	: Hasil Uji Normalitas
Tabel 4.9	: Hasil Uji Linearitas
Tabel 4.10	: Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Tabel 4.11	: Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Penegasan Judul

Judul merupakan hal yang sangat penting dari karya ilmiah, karena judul akan memberikan gambaran tentang keseluruhan isi skripsi. Agar tidak terjadi kekeliruan dalam memahami makna yang terkandung dalam judul penelitian ini, penulis merasa perlu untuk memberikan penegasan terhadap judul seperlunya. Adapun judul skripsi ini adalah “ **PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA** (Studi Pada Rohis Di SMA Perintis 1 Bandar Lampung) ”. Dalam judul tersebut terdapat beberapa istilah yang perlu dijelaskan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005: 849), Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.<sup>1</sup> Pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu, baik itu orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada di sekitarnya.

Pengaruh merupakan suatu daya tarik yang dihasilkan benda atau manusia yang dapat merubah kepribadian seseorang. Pengaruh dalam

---

<sup>1</sup> Alwi Hasan, dkk. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ( Jakarta: Nasional Balai Pustaka, 2005) h. 849

penelitian ini adalah daya atau kekuatan yang dihasilkan oleh media sosial terhadap perilaku keagamaan remaja rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang diharapkan mampu menciptakan remaja yang memiliki sifat dan karakter serta bermoral dan membawa perubahan kearah yang lebih maju.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.<sup>2</sup> Media sosial adalah sebuah wadah yang mampu menciptakan berbagai bentuk komunikasi dan pemberian berbagai macam informasi bagi semua kalangan masyarakat.

Media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah situs jejaring sosial microblog yaitu aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. Contoh *facebook, path, instagram, twitter, whatsApp* dan lain-lain, tetapi yang menjadi objek penelitian penulis membahas hanya satu media sosial yaitu *INSTAGRAM*.

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara,

---

<sup>2</sup> Irwan Sahaja, "Pengertian Media Sosial, Manfaat, dan Jenisnya", diakses dari <http://irwansahaja.blogspot.com/2013/05/pengertian-media-sosial-manfaat-dan.html> pada tanggal 10Juni 2017 pukul 09:55

menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya.<sup>3</sup> Perilaku adalah segenap manifestasi hayati individu dalam berinteraksi dengan lingkungan, mulai dari perilaku yang nampak sampai yang tidak nampak, dari yang dirasakan sampai yang paling tidak dirasakan.<sup>4</sup> Perilaku adalah sebuah kegiatan atau aktifitas yang dilakukan oleh manusia baik yang dapat diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh orang lain.

Perilaku yang dimaksud dalam penelitian ini adalah segala tindakan, aktifitas maupun tingkahlaku remaja rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang mencerminkan nilai-nilai Keislaman seperti tentang beribadah kepada Allah SWT, tidak membohongi orang tua hanya untuk eksistensi, tidak menjerumuskan diri sendiri hanya untuk memenuhi kebutuhan (*Life-Style*), dan menjalankan perintah-Nya serta menjauhi larangannya dalam kehidupan sehari-hari.

Keagamaan adalah sifat-sifat yang terdapat dalam agama atau segala sesuatu mengenai agama, misalnya perasaan keagamaan, atau soal-soal keagamaan.<sup>5</sup> Keagamaan adalah segala tata aturan hidup manusia yang diyakini berasal dari tuhan yang harus ditaati dalam berhubungan terhadap sesama manusia maupun lingkungan atau terhadap manusia lainnya. Keagamaan dalam penelitian ini adalah segala tata aturan hidup yang diyakini dan harus ditaati dalam islam.

---

<sup>3</sup> Notoatmodjo, Soekidjo. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta, 2003

<sup>4</sup> Makmur, Samsuddin Abin, *Psikologi Umum*, (Jakarta: CV Rajawali, 1990) h. 87

<sup>5</sup> W.J.S. Poerwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1986) h. 18



Remaja adalah suatu masa dari umur manusia yang paling banyak mengalami perubahan, sehingga membawanya berpindah dari masa anak-anak menuju masa dewasa. Perubahan ini biasanya terjadi antara umur 13-20 tahun.<sup>6</sup> Remaja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah semua remaja baik laki-laki maupun perempuan yang terdiri dari kelas 10 hingga 12 SMA yang bergabung dengan organisasi sekolah atau ekstrakurikuler rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung.

Maksud dari penelitian ini adalah sebuah pengaruh atau daya atau kekuatan yang dihasilkan dari media sosial instagram terhadap perbuatan, tindakan dan tingkahlaku keagamaan pada remaja yang mencerminkan nilai-nilai Keislaman seperti beribadah kepada Allah SWT, tidak membohongi orang tua hanya untuk eksistensi, tidak menjerumuskan diri sendiri hanya untuk memenuhi kebutuhan (*Life-Style*), dengan menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangannya dalam kehidupan sehari-hari di SMA Perintis 1 Bandar Lampung.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Melihat penegasan judul diatas maka penulis mempunyai beberapa alasan dalam menulis judul ini. adapun alasannya ialah:

1. Media sosial adalah hasil dari globalisasi yang mendunia, yang tidak dapat dihindari dampak bagi semua kalangan manusia termasuk

---

<sup>6</sup>Zakiah Darajat, *Pembinaan Remaja*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1982) h. 35-36

remaja. Selain dampak positif juga menimbulkan dampak negatif. Fenomena yang terus terjadi seperti meningkatnya degradasi moral dikalangan remaja merupakan dampak dan pengaruh media sosial. Alhasil melahirkan kalangan terpelajar yang kurang berkarakter dan bermoral.

2. Remaja pada dasarnya memiliki sifat mudah terpengaruh, suka meniru dan ingin dianggap super dan paling hebat tanpa memikirkan resiko dari langkah yang dilakukan dan bahkan menjurus pada suatu perbuatan yang melanggar norma agama dan hukum misal ketika melihat unggahan foto atau video di instagram yang menunjukkan eksistensi, kemewahan, gaya hidup dan sebagainya.
3. SMA Perintis 1 Bandar Lampung merupakan tempat yang menjadi penelitian yang selama ini telah penulis amati, letaknya yang berada ditengah-tengah kota Bandar Lampung membuat lokasi ini menjadi pusat pergaulan remaja dengan fasilitas yang serba ada memudahkan remaja dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup dan eksistensi, selain dari itu tersedianya faktor pendukung, seperti reverensi yang menunjang serta lokasi penelitian yang mudah dijangkau oleh penulis.
4. Belum ada yang membahas tentang judul yang di kemukakan penulis dan judul ini relevan dengan jurusan yang diambil yaitu sosiologi agama.

### C. Latar Belakang Masalah

Globalisasi adalah proses integrasi internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek-aspek kebudayaan. Globalisasi diartikan sebagai proses yang menghasilkan dunia tunggal.<sup>7</sup> Dengan berkembangnya bidang komunikasi dan transportasi, dunia mengalami era globalisasi. Era dimana informasi seluruh dunia terbuka untuk semua orang. Perlu diketahui dalam derasnya arus Globalisasi saat ini, terdapat dampak positif dan negatif, dengan kata lain globalisasi menimbulkan bahaya dan harapan.<sup>8</sup>

Dampak globalisasi yang nampak adalah teknologi yang semakin canggih, segala sesuatu yang dibutuhkan dengan mudah didapat. Contoh saja *handphone* yang dengan mudahnya didapat dengan kualitas terjamin dan harga terjangkau, Bahkan setiap hari selalu ada perubahan dan penambahan versi-versi terbaru. Teknologi dan Informasi di Indonesia semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Penggunaan media internet pun semakin berkembang dan meningkat. Pertumbuhan tersebut di dukung oleh berkembangnya penggunaan perangkat *mobile* khususnya *smartphone*. Perkembangan teknologi tersebut tidak hanya berkembang di kota-kota besar saja namun juga sudah merambah ke kota kecil bahkan ke pedesaan. Internet tidak hanya digunakan sebagai media berinteraksi dan komunikasi namun juga

---

<sup>7</sup> Setiadi, elly M dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi Dan Pemecahnya* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), Hlm. 686

<sup>8</sup> *Ibid*,

sebagai media promosi untuk menawarkan sebuah produk dan menampilkan tren masa kini yang sedang berkembang. Salah satu bagian dari internet adalah media sosial.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.<sup>9</sup>

Media sosial merupakan situs dimana seseorang dapat membuat *web page* pribadi dan terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Sangat mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama bagi seseorang dalam membuat akun di media sosial.<sup>10</sup>

Pesatnya perkembangan media sosial juga dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang

---

<sup>9</sup> Irwan Sahaja, *Loc. cit.*

<sup>10</sup> Mandoteck, "Pengaruh Media Sosial di Kalangan Remaja", diakses dari <https://mandhoteck.wordpress.com/2016/02/21/makalah-tugas-bahasa-indonesia-pengaruh-media-sosial-di-kalangan-remaja/> pada tanggal 21 Februari 2016.

banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Para pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan jaringan internet tanpa biaya yang besar dan dapat dilakukan sendiri dengan mudah.<sup>11</sup> Media sosial memang menawarkan banyak kemudahan yang membuat para penggunanya betah berlama-lama berselancar di dunia maya. Para pengguna media sosial pun dapat dengan bebas berkomentar serta menyalurkan pendapatnya tanpa rasa khawatir, tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada.

Pengguna media sosial yang paling dominan atau banyak adalah oleh kalangan remaja. Media sosial terbesar yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja antara lain; *Facebook, Twitter, Path, Youtube, Instagram, Kaskus, LINE, Whatsapp, Blackberry Messenger*. Masing-masing media sosial tersebut mempunyai keunggulan khusus dalam menarik banyak pengguna media sosial yang mereka miliki.<sup>12</sup> Namun yang paling populer di masa sekarang adalah media sosial instagram.

*Instagram* merupakan media sosial yang paling populer, popularitas instagram kian menjulang, seiring dengan meningkatnya jumlah penggunanya. Menurut CEO Instagram, Kevin Systrom, jumlah pengguna aplikasi tersebut sudah mencapai 700 juta, dengan peningkatan 100 juta pengguna dalam waktu

---

<sup>11</sup> *Ibid*,

<sup>12</sup> Sedulur, 2012: <http://sedulur-kabeh.blogspot.com>, diunduh 1 september 2014).



4 bulan.<sup>13</sup> Dengan pengguna terbanyak adalah kalangan remaja, termasuk remaja di SMA Perintis 1 Bandar Lampung.

Remaja pada hakikatnya sedang berjuang untuk menemukan dirinya sendiri, jika dihadapkan pada keadaan luar atau lingkungan yang kurang serasi penuh kontradiksi dan labil, maka akan mudalah mereka jatuh kepada kesengsaraan batin, hidup penuh kecemasan, ketidakpastian dan kebimbangan. Hal seperti ini telah menyebabkan remaja-remaja Indonesia jatuh pada kelainan-kelainan kelakuan yang membawa bahaya terhadap dirinya sendiri baik sekarang, maupun di kemudian hari.<sup>14</sup>

Remaja adalah kondisi dimana kejiwaan manusia akan mengalami banyak gejolak dari dunia luar yang dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap dirinya, dengan pada dasarnya remaja sudah memiliki sifat mudah terpengaruh, suka meniru dan ingin dianggap super dan paling hebat, semakin membuat langkah yang dilakukan tanpa memikirkan resiko dan bahkan menjurus pada suatu perbuatan yang melanggar norma agama.

Perilaku remaja saat ini cenderung mendekati perilaku yang negatif tidak memungkiri karena semakin berkembangnya era globalisasi gaya hidup dan perilaku remaja saat ini, di dalam sebuah pergaulan remaja sudah tercampur dengan gaya pergaulan dari luar, alhasil banyak kebudayaan kita tidak menjadi tradisi di kalangan remaja. kebudayaan yang berasal dari luar

---

<sup>13</sup> M.liputan6.com

<sup>14</sup> Sri Rumini & Siti Sundari. *Perkembangan Anak & Remaja*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004) h. 53

negeri sering kali tidak mendapatkan filterisasi terlebih dahulu. Akibatnya banyak kebudayaan Indonesia yang luntur dan terlupakan oleh anak muda penerus bangsa. Para remaja lebih memilih kebudayaan asing tanpa memilah dan memilih yang baik atau buruk. Contohnya saja, kehidupan bebas remaja yang membuat was-was para orang tua, berpacaran dengan mesra di depan umum dan lain-lain, menurut remaja jaman sekarang di anggap menjadi kebiasaan, namun kebiasaan itu telah di campur tangankan dengan pergaulan di negara lain yang pergaulan di luar menganut pergaulan bebas.

Perilaku remaja melalui *Instagram* biasanya memposting tentang kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman-temannya. Mereka beranggapan semakin aktif seorang remaja di media sosial dalam hal ini instagram maka mereka semakin dianggap keren dan gaul. Namun bagi kalangan remaja yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno, ketinggalan jaman, dan kurang bergaul. *Mindset* seperti inilah yang membuat remaja berperilaku jauh dari hal keagamaan bahkan tanpa memikirkan nilai-nilai Keislamannya. Perilaku remaja yang mencerminkan nilai-nilai Keislaman seperti beribadah kepada Allah SWT, tidak membohongi orang tua hanya untuk eksistensi, tidak menjerumuskan diri sendiri hanya untuk memenuhi kebutuhan (*Life-Style*), dan menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangannya dalam kehidupan sehari-hari.

Islam sebagai suatu agama yang sempurna tentunya mengajarkan sistem kehidupan yang berisi tata nilai, norma dan kaidah-kaidah yang

mengatur pola kehidupan segenap umat manusia. Islam mengajarkan ajaran yang manusiawi, adil, inklusif dan egaliter yang didasari secara *strict* oleh paham Ketuhanan Yang Maha Esa (tauhid) dan etika.<sup>15</sup> Islam juga merupakan ajaran yang bersifat universal dan ditegaskan dalam Al-Qur'an bahwa agama itu berlaku untuk seluruh alam raya, termasuk untuk seluruh umat manusia.<sup>16</sup>

Agama Islam juga agama yang berpegang pada nilai akal.<sup>17</sup> Ini berarti sebagai umat yang dikarunia akal, manusia harus senantiasa mempergunakan segenap potensi akal guna mencapai tujuan hidup yang berlandaskan aturan syariat Islam. Bukankah Al-Qur'an berulang kali menyuruh umat Islam untuk berpikir menggali ayat-ayat Allah dengan kekuatan nalar? Tanpa pengetahuan yang luas, tanpa pemikiran rasional, maka banyak sekali ayat-ayat Al-Qur'an yang tidak bisa dipahami dan kebesaran Allah tidak terlihat.<sup>18</sup> Umat diharuskan berpikir kritis demi kemajuan hidup di segala bidang, terlebih pada pemberdayaan umat dan aspek sosial. Namun dalam menjalankan kehidupan bermasyarakat haruslah memperhatikan masalah akhlak yang merupakan hal terpenting dari ajaran Islam. Akhlaklah yang membuat manusia menjadi umat yang sesungguhnya, yaitu umat yang menampilkan wajah Islam yang indah.

Prinsip Islam yang berisi ajaran manusiawi dan universal, tentu dalam aspek praktisnya harus mengedepankan ukhuwah dan persatuan di kalangan

---

<sup>15</sup> Nurcholish Madjid, *Islam Agama Kemanusiaan: Membangun Tradisi dan Visi Baru Islam Indonesia* (Jakarta: Paramadina, 2003) h. vi

<sup>16</sup> Ada banyak ayat-ayat Qur'an yang menegaskan tentang keuniversalan ajaran Islam seperti dalam QS. As Saba/ 34: 28 dan juga QS. Al Anbiya/ 21: 107.

<sup>17</sup> Rafy Sapuri, *Psikologi Islam: Tuntunan Jiwa Manusia Modern* (Jakarta: Rajawali Press, 2009) h. 8

<sup>18</sup> Nurcholish Madjid, *Op.cit*, h. x

umatnya. Hal inilah yang dipraktekkan Rasulullah dalam usahanya menegakkan Islam. Rasulullah merupakan sosok yang berhasil mengubah cara pergaulan hidup manusia. Hal ini diwujudkannya dalam mengubah masyarakat Arab yang ketika itu berada pada keadaan jahiliyah hingga menjadi masyarakat yang mampu mengubah peradaban dunia. Dalam menjalankan revolusi<sup>19</sup> tersebut, Rasulullah tidak melupakan asas-asas demokratis tentang persamaan dan persaudaraan, demikian halnya dengan asas-asas sosial.<sup>20</sup> Hal yang sama juga dilakukan oleh SMA perintis 1 Bandar Lampung dengan menciptakan ekstrakurikuler yang berwarna islami yaitu Rohis.

Menurut Koesmarwanti dan Nugroho Widiyantoro, kata “kerohanian Islam” ini sering disebut dengan istilah “Rohis” yang berarti sebagai suatu wadah besar yang dimiliki oleh siswa untuk menjalankan aktivitas dakwah di sekolah.<sup>21</sup> Ekstrakurikuler Rohis adalah sekumpulan orang-orang atau kelompok orang atau wadah tertentu untuk mencapai tujuan atau cita-cita yang sama dalam badan kerohanian sehingga manusia yang tergabung di dalamnya dapat mengembangkan diri berdasarkan konsep nilai-nilai keislaman dan mendapatkan siraman kerohanian. Rohis adalah organisasi yang terdapat pada sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas. Tujuan dari organisasi ini di semua sekolah sama yaitu untuk mengantarkan individu mengenal,

---

<sup>19</sup> Penulis menggunakan istilah revolusi karena menurut penulis, apa yang telah dilakukan Rasulullah dalam menegakkan Islam merupakan perubahan besar dan menyeluruh menyangkut segala aspek kehidupan masyarakat Arab saat itu.

<sup>20</sup> HOS. Tjokroaminoto, *Islam dan Sosialisme* (Bandung: Segi Arsy, 2008) h. 25

<sup>21</sup> Koesmarwanti, Nugroho Widiyantoro, *Dakwah Sekolah di Era Baru*, (Solo: Era Inter Media, 2000) h. 124

mencintai dan berjumpa dengan esensi diri dan citra diri serta dzat yang Maha Suci yaitu Allah swt.<sup>22</sup> Membantu individu memelihara dan mengembangkan situasi dan kondisi yang baik atau yang telah baik agar tetap baik atau menjadi lebih baik, sehingga tidak akan menjadi sumber masalah bagi dirinya dan orang lain.<sup>23</sup> Menuntun seseorang dalam rangka memelihara dan meningkatkan kualitas keagamaannya baik ibadah mahdhah maupun ghairu mahdhah. Diadakannya ekstrakurikuler rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung diharapkan mampu membawa perubahan yang baik terhadap akhlak remaja dibawah pengaruh media sosial instagram tersebut.

#### **D. Rumusan Masalah**

Bertitik tolak dari latar belakang diatas, maka dapat diambil permasalahan dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana pengaruh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan pada remaja di SMA Perintis 1 Bandar Lampung?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah suatu hal yang ingin dicapai dalam sebuah penelitian. Adapun tujuan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah:

---

<sup>22</sup> Handani Bajtan Adz-Dzaky, *Konseling dan Psikoterapi Islam*, (Yogyakarta: Fajar Pustaka Baru, 2002) h. 18

<sup>23</sup> Ainur Rohim Faqih, *Bimbingan dan Konseling dalam Islam*, (Yogyakarta: UII Press, 2001) h. 36



Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan pada remaja di SMA Perintis 1 Bandar Lampung.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan, serta untuk menjelaskan tentang manfaat dari penelitian yang dilakukan peneliti.<sup>24</sup>

Kegunaan yang didapat dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan mengenai sosiologi agama melalui pendekatan terhadap masyarakat dengan segala dinamika dan gejala yang terjadi didalamnya.
2. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi pola perkembangan remaja menuju keberagamaan yang tidak hanya shaleh secara individual, tetapi juga memiliki keshalehan sosial yang tinggi, yang bermoral dan berkarakter.
3. Penelitian ini diharapkan bisa menjadikan media sosial sebagai wadah yang tidak hanya dalam konteks komunikasi dan informasi tetapi juga mampu menumbuhkan kegairahan dalam jiwa dan memotivasi remaja untuk peka dan tidak diam ketika melihat fenomena yang dapat merusak pemandangan.

---

<sup>24</sup>Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2009)

## G. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan informasi dasar rujukan yang penulis gunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan survei yang penulis lakukan, ada beberapa kajian yang telah diteliti oleh peneliti lain yang mempunyai relevansi dengan penelitian ini. Penelitian-penelitian tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. jurnal yang ditulis oleh Nisa Khairuni (2016) mahasiswa pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang berjudul “Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Sosial Terhadap Akhlak Anak (Studi Kasus di SMP N 2 Kelas VIII Banda Aceh)”, dengan fokus terhadap 3 media sosial yaitu *facebook*, *twitter* dan *instagram*. Objek kajiannya adalah anak-anak serta fokus penelitian ini adalah dampak positif dan negatif dari media sosial tersebut.
2. Skripsi yang ditulis oleh Fera Puspita Affandi (2011) mahasiswa UIN Maulana Ibrahim Malang yang berjudul “Pengaruh Intensitas Pemakaian *Facebook* terhadap Perkembangan Sosial Remaja di SMP Taruna Dra. Zuleha”. Dengan fokus kesatu media sosial yaitu *Facebook* dan fokus penelitian ini adalah perkembangan sosial remaja.
3. Jurnal yang ditulis oleh Nidya Zahra Hayumi (2014) mahasiswa Universitas Indonesia (UI) yang berjudul “Penggunaan *Instagram*

Sebagai Bentuk Eksistensi Diri”. Fokus penelitian adalah perilaku remaja, namun hanya fokus terhadap satu perilaku yaitu eksistensi diri.

Dilihat dari tinjauan pustaka tersebut, penulis yakin belum ada peneliti yang meneliti hal tersebut disekolah tersebut. Perbedaan dengan literatur yang pertama, media sosial yang difokuskan ada tiga media yaitu *facebook*, *twitter* dan *instagram* sedangkan penulis hanya fokus pada satu media sosial yaitu *instagram*. Objek yang diteliti fokus terhadap dampak positif dan negatif media sosial, sedangkan penulis fokus terhadap pengaruh dari media sosial dan perilaku anak bukan remaja apalagi perilaku keagamaan. Literatur yang kedua, fokus terhadap media sosial *facebook*, sedangkan penulis fokus terhadap media sosial *instagram*. fokus penelitian kepada pengaruh perkembangan sosial remaja sedangkan penulis fokus terhadap perilaku keagamaan remaja. Literatur ketiga, fokus penelitian kepada pengaruh *instagram* terhadap eksistensi remaja sedangkan penulis fokus terhadap perilaku keagamaan remaja. Selain itu lokasi penelitian dari ketiga literatur tersebut berbeda dengan lokasi penelitian peneliti.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Media Sosial**

##### **1. Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.<sup>25</sup> Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Pendapat lain mengatakan media sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya.<sup>26</sup>

##### **2. Klasifikasi Media Sosial**

Klasifikasi Media Sosial dibagi menjadi 6 bagian, yaitu:<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia" *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tulungagung* (2016): h. 142

<sup>26</sup> Aditya, R. (2015). "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru". Pekanbaru: Jom FISIP Volume 2 No 2

<sup>27</sup> Kaplan, Andreas M, Haenlein, Michael. (2010). "Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media". *Business Horizons*, 53, 59-68

a. Proyek kolaborasi (*Collaborative projects*)

Proyek kolaborasi merupakan bentuk demokrasi dari media sosial di mana banyak pengguna internet dapat berkolaborasi untuk menambahkan, mengubah, ataupun menghapus informasi dalam *wiki*, yaitu situs yang menyediakan layanan bagi pengguna atau pembaca untuk melakukan perubahan-perubahan tersebut. Contoh dari bentuk proyek kolaborasi adalah wikipedia. Sebuah ensiklopedia online yang menyediakan beragam informasi dalam berbagai bahasa.

b. Blog (*Blogs*)

Blog merupakan salah satu bentuk media sosial terlama yang memperbolehkan penggunanya menulis entri baru berdasarkan urutan waktu penulisan. Blog telah digunakan oleh banyak orang dan memiliki fungsi yang beragam untuk masyarakat. Dari sekedar media untuk menyalurkan pengalaman sehari-hari atau yang sering juga disebut sebagai *diary* sampai sebagai media berbagi informasi dan bahkan sebagai media jual beli. Contoh blog salah satunya adalah *Wordpress*.

c. Konten Komunitas (*Content Community*)

Konten Komunitas adalah media sosial yang tujuan utamanya untuk menampung konten dari pengguna dan membaginya ke pengguna lainnya. Contoh dari media ini adalah *YouTube* untuk berbagi video, *SlideShare* untuk berbagi file presentasi, *Flickr* untuk berbagi file gambar, dan lain sebagainya.



d. Dunia Game Virtual (*Virtual Game Worlds*)

Dunia Game Virtual tentu berkaitan dengan Game Online di mana pemain memiliki profil dan karakter sendiri di dunia game tersebut. Karakter mereka dapat berkomunikasi dengan karakter pemain lainnya dan melakukan aktivitas dalam game tersebut bersama-sama. Contoh dari dunia game virtual adalah game online seperti *World of Warcraft*, *Watch Dogs*, dan *Need For Speed*.

e. Dunia Sosial Virtual (*Virtual Social Worlds*)

Dunia Sosial Virtual hampir sama dengan Dunia Game Virtual hanya saja dengan tujuan murni untuk membangun “kehidupan” lain di luar kehidupan nyata, dengan aspek yang sama seperti dunia nyata hanya saja pengguna dapat berperan sebagai orang lain. Contoh dari dunia sosial virtual adalah *Second Life*.

f. Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Sites*)

Situs jejaring sosial adalah tempat di mana setiap pengguna memiliki profil yang berisi informasi pribadi (seperti Tanggal lahir, Alamat, Jenis kelamin) dan dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya melalui profil tersebut. Antar pengguna juga dapat melakukan *chatting* atau mengirim pesan teks, gambar, suara, maupun video. Pada situs tertentu, pengguna juga dapat mengikuti kegiatan keseharian dari teman-teman profil mereka melalui *status update* yang memberikan opsi kepada pengguna untuk membagi pengalaman keseharian mereka kepada teman-

temannya. Contoh dari media sosial ini adalah *Facebook*, *Friendster*, dan *MySpace*. Dari keenam bagian ini *Instagram* termasuk dalam jenis situs jejaring sosial

### 3. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki 6 karakteristik khusus, yaitu:<sup>28</sup>

#### a. Jaringan (*Network*)

Infrastruktur yang menghubungkan antar perangkat keras untuk melakukan pertukaran informasi.

#### b. Informasi (*Information*)

Informasi merupakan bentuk utama dari media sosial karena untuk melakukan komunikasi dibutuhkan informasi. Contohnya seperti konten dari pengguna, profil yang dituju, dan lain sebagainya.

#### c. Arsip (*Archive*)

Media sosial dapat menjadi media penyimpanan data yang berisi informasi dari penggunanya.

#### d. Interaktivitas (*Interactivity*)

Media sosial harus memiliki interaktivitas atau interaksi antar pengguna.

---

<sup>28</sup> Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media. 2015) h. 48

e. Simulasi Sosial (*Social Simulation*)

Media sosial dapat men-simulasikan keadaan sosial yang sesungguhnya tanpa harus mengalaminya secara langsung. Contohnya seperti *chatting* dengan teman tanpa harus bertatap muka secara langsung.

f. Konten Pengguna (User-generated Content)

Konten-konten dalam Media sosial dapat dibuat oleh para penggunanya, tidak hanya konten yang sudah ada sebelumnya.

#### 4. Manfaat Dan Kegunaan Media Sosial

Media Sosial dapat digunakan untuk berbagai hal, di antaranya adalah sebagai media penyebaran informasi, media interaksi sosial, dan media usaha jual beli. Haryanto menyebutkan dalam karya ilmiah nya bahwa menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan interaksi sosial merupakan langkah efektif karena informasi dapat ditemukan dengan cepat dan interaksinya tidak terbatas hanya untuk individu, namun juga untuk kelompok.<sup>29</sup>

Kemudian untuk penggunaan Media Sosial sebagai media usaha jual beli, Ariestya Ayu Permata menyebutkan bahwa dari hasil penelitiannya, ia menyatakan bahwa mayoritas pembeli sudah sangat terbiasa berbelanja online melalui Instagram, hal ini dikarenakan

---

<sup>29</sup> Haryanto, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi" *EduLib* (2015): 83-86

*Instagram* yang mudah diakses.<sup>30</sup> Responden bisa mengakses *intagram* kapanpun dan dimanapun hanya dengan koneksi internet. Mereka juga dengan mudah dapat memilih produk apa saja yang mereka inginkan tentunya dengan harga yang bersaing.

## **B. *Instagram***

### **1. Pengertian *Instagram***

*Instagram* adalah sebuah aplikasi berbasis Android yang memungkinkan penggunanyamengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri.<sup>31</sup> Nama *Instagram* berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini.<sup>32</sup> Kata “*insta*” berasal dari kata “*instan*”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “*gram*” berasal dari kata “*telegram*”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin

---

<sup>30</sup> Ariestya Ayu Permata, “Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui *Instagram*” *Jurnal Unair* (2017).

<sup>31</sup> Agustina, “Analisis Penggunaan Media Sosial *Instagram* Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda” *eJournal Ilmu Komunikasi* Universitas Mulawarman(2016) h. 412

<sup>32</sup> Rangga Aditya, “Pengaruh Media Sosial *Instagram* Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru” *Jom FISIP Volume 2 No. 2* (2015) h. 3

disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram.

## **2. Kelebihan *Instagram***

Selain fitur-fitur dalam Instagram yang beragam, salah satu kelebihan lain dari Instagram adalah hasil foto dapat di share ke media sosial lainnya seperti, Facebook dan Twitter, sehingga memungkinkan hasil foto tersebut tidak hanya dilihat oleh orang-orang yang memiliki Instagram saja.<sup>33</sup> Dibandingkan dengan media sosial lain, Instagram lebih cocok untuk dijadikan media promosi atau sponsor karena bentuknya yang bersifat visual sehingga dapat digunakan sebagai media penyampaian *teaser*, yaitu penyampaian informasi yang hanya sepotong, agar para pengguna yang mengikutinya menjadi penasaran dan ingin mencari tahu informasi lebih lanjut.<sup>34</sup> Instagram juga memiliki banyak kelebihan lain, yaitu:<sup>35</sup>

1. Informasi yang ditampilkan di setiap postingan gambar rinci dan jelas, seperti lokasi, waktu, dan bahkan pengguna juga dapat mengisi *bio* atau biografi, yaitu informasi mengenai akun pengguna tersebut.

---

<sup>33</sup> Rangga Aditya, "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru" Jom FISIP Volume 2 No. 2 (2015) h. 3

<sup>34</sup> Dhita Widya Putri; Maulida De Mormes, "Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @thekufed" The Messenger Volume 9, No. 1(2017) h. 77

<sup>35</sup> Puguh Kurniawan, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh" Kompetensi, Vol. 11, No. 2 (2017) h. 223-224



2. Instagram dapat mengetahui kebutuhan dan kebiasaan serta kesukaan masing-masing pengguna sehingga segmentasi pasar atau pembagian pasar untuk promosi dapat lebih fokus.
3. Dapat diakses kapan saja menggunakan akses internet.
4. Tampilan mudah dipahami untuk semua pengguna ponsel.
5. Terjalannya komunikasi melalui banyak fitur yaitu komentar, *hashtag* (#), mentions, berbagi, kesukaan, dan bahkan pesan pribadi.
6. Untuk menggunakan aplikasi *Instagram*, dapat diunduh dengan mudah melalui penyedia layanan ponsel.

### **3. Manfaat *Instagram***

Instagram dapat menjadi tempat untuk menemukan berbagai macam informasi dari berita, hiburan, promosi produk, hingga kegiatan sehari-hari orang lain. Instagram juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya.<sup>36</sup> Selain itu, *Instagram* merupakan media sosial yang dinilai paling efektif sebagai sarana promosi oleh pengelola industri di dunia.<sup>37</sup> Pentingnya Instagram sebagai sarana promosi terlihat dari sebagian besar pengelola yang menempatkan personil khusus untuk mengelola Instagram dan menyediakan dana khusus untuk promosi melalui Instagram. Dengan cara memposting foto dan video mereka dapat berbagi dengan teman-temannya, berkomunikasi dengan

---

<sup>36</sup> *Ibid*, h. 223

<sup>37</sup> *Ibid*, h. 224

orang baru, atau bahkan menggunakannya untuk tujuan lain seperti berdagang, berdakwah, dan lain-lain.

#### **4. Fitur-fitur yang terdapat di *Instagram***

*Instagram* dapat mengambil, mengelola, mengedit, memberi efek filter dan membagikan foto dan video tersebut kesemua orang yang mengikuti akunnya di *Instagram*.<sup>38</sup> *Instagram* juga dapat digunakan untuk mengunggah video dan membuat *story* yang menunjukkan rekaman dari kamera ponsel pengguna dan mengunggahnya ke akun pengguna dan dapat dilihat oleh pengikutnya dalam batas waktu 24 jam dari pengunggahan *story* tersebut. Bahkan pengguna juga dapat melakukannya secara *live* sehingga pengikut pengguna tersebut dapat langsung melihat kegiatan yang sedang dilakukan oleh pengguna dan berinteraksi dengannya menggunakan komentar.

Tidak hanya itu *Instagram* menyajikan kelebihan-kelebihan dalam mengolah foto & video sebelum dibagikan ke akun *Instagram*, tidak hanya nilai estetika tetapi juga etika artinya lebih bermanfaat untuk orang lain. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Bambang dwi atmoko, fitur *Instagram* ada *Lux*, *Filter*, *Tilt-shift*, *Hastag* (#), *Mentions*, *Follow*, *Share*, *Like* dan Komentar.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Agustina, “Analisis Penggunaan Media Sosial *Instagram* Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda” eJournal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman(2016) h. 412

<sup>39</sup> Atmoko, Dwi Bambang, *Instagram Handbook*, (Jakarta : Media Kita, 2015) h. 45-67

*Hashtag* merupakan fitur ataupun konten dari *Instagram* yang memudahkan untuk membubuhkan topik tertentu dalam bentuk tagar pada setiap update-an dan untuk mengkategorikan foto dan video yang sama. Fitur ini penting karena sangat memudahkan untuk menemukan foto ataupun video termasuk tentang keislaman yang tersebar di *Instagram* dengan label tertentu.

*Mentions* merupakan fitur ataupun konten dari *Instagram* yang memudahkan untuk memanggil dan menyapa pengguna lain untuk memberikan informasi tertentu baik dari akun kita maupun dari akun lain, juga untuk mempersingkat ketika kita ingin menyebut nama orang agar tidak terjadi kesalahan ketika ingin mencantumkan di caption ataupun saat menggunakannya di kolom komentar.

*Follow* merupakan fitur ataupun konten yang penting dari *Instagram*, karena *Instagram* adalah salah satu media komunikasi, dikatakan komunikasi jika ada interaksi antar pengguna lain di *Instagram*, untuk mendapatkan teman atau pengguna lain tersebut menggunakan *follow*.

*Like & Komentar* merupakan fitur ataupun konten dari *Instagram* yang dari sini kita dapat mengetahui seberapa besar kualitas foto ataupun video yang kita bagikan tidak hanya dilihat dari kualitas gambarnya namun juga dari makna ataupun penjelasan dari gambar tersebut yang dituangkan dalam caption. Sedangkan komentar memudahkan untuk menjaga tali silaturahmi dengan komunikasi didalamnya, karena komentar tidak hanya

kritik saran dan pujian tetapi masukan sesuai konten apa yang kita bagikan.

### **C. Perilaku Keagamaan Remaja**

#### **1. Perilaku Keagamaan Remaja**

Perilaku keagamaan adalah segala tindakan, aktifitas maupun tingkahlaku remaja rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang mencerminkan nilai-nilai Keislaman seperti tentang beribadah kepada Allah SWT. Agama dipeluk dan dihayati oleh manusia, praktek dan penghayatan agama tersebut diistilahkan sebagai keberagamaan (religiusitas). Keberagamaannya, manusia menemukan dimensi terdalam dirinya yang menyentuh emosi dan jiwa. Oleh karena itu, keberagamaan yang baik akan membawa tiap individu memiliki jiwa yang sehat dan membentuk kepribadian yang kokoh dan seimbang. Agama bersumber pada wahyu Tuhan. Oleh karena itu, keberagamaan pun merupakan perilaku yang bersumber langsung atau tidak langsung kepada wahyu Tuhan juga. Keberagamaan memiliki beberapa dimensi. Dimensi-dimensi tersebut antara lain dimensi pertama adalah aspek kognitif keberagamaan, dua dari yang terakhir adalah aspek behavioral keberagamaan dan yang terakhir adalah aspek afektif keberagamaan.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Taufik Abdullah dan M. Rusli Karim, ed. Metodologi Penelitian Agama: sebuah

C.Y. Glock dan R Stark dalam bukunya Djameluddin Ancok menyebut ada lima dimensi agama dalam diri manusia, yakni dimensi keyakinan (ideologis), dimensi peribadatan dan praktek keagamaan (ritualistic), dimensi penghayatan (eksperensial), dimensi pengamalan (konsekuensial) dan dimensi pengetahuan agama (intelektual).<sup>41</sup>

a. Dimensi ideologis (*ideological involvement*).

Dimensi ideologi yaitu sesuatu yang berkenaan dengan seperangkat kepercayaan keagamaan yang memberikan penjasententang Tuhan, alam manusia dan hubungan diantara mereka. Kepercayaan dapat berupa makna dari tujuan atau pengetahuan tentang perilaku yang baik yang dikehendaki Tuhan. Dimensi ini berisi pengakuan akan kebenaran doktrin-doktrin dari agama. Seorang individu yang religius akan berpegang teguh pada ajaran teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin agamanya, misalnya keyakinan akan adanya malaikat, surge-neraka, dan sebagainya.

b. Dimensi intelektual (*intellectual involvement*)

Dimensi intelektual yaitu yang dapat mengacu pada pengetahuan tentang ajaran-ajaran agama, pada dimensi ini dapat diketahui tentang seberapa jauh tingkat pengetahuan agama (religiussliteracy) dan tingkat ketertarikan mempelajari agama dari

---

pengantar, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1989), h. 93

<sup>41</sup> Djameluddin Ancok, Fuat Nashori Suroro, Psikologi Islam, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hal. 77

penganut agama, dalam dimensi ini bahwa orang-orang beragama paling tidak memiliki sejumlah pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus kitab suci dan tradisi-tradisi.

c. Dimensi eksperensial (*experiential involvement*)

Dimensi eksperensial adalah bagian keagamaan yang bersifat efektif, yakni keterlibatan emosional dan sentimental pada pelaksanaan ajaran (religion feeling). Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman perasaan-perasaan, persepsi-persepsi dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau didefinisikan oleh kelompok keagamaan saat melaksanakan ritual keagamaan. Seperti, tenang saat berdoa, tersentuh mendengar ayat suci Al-Qur'an dibacakan.

d. Dimensi ritualistic (*ritual involvement*)

Dimensi ritualistic yaitu merujuk pada ritus-ritus keagamaan yang dianjurkan dan dilaksanakan oleh penganut agama dan sangat berkaitan dengan ketaatan penganut suatu agama. Dimensi ini meliputi pedoman pokok pelaksanaan ritus dan pelaksanaannya, frekuensi prosedur dan makna ritus penganut agama dalam kehidupan sehari-hari seperti penerapan rukun Islam, dzikir, sholat lima waktu dan lain-lain.

e. Dimensi konsekuensi atau dimensi sosial (*consequential involvement*)



Dimensi konsekuensi atau dimensi sosial yaitu meliputi segala implikasi sosial dari pelaksanaan ajaran agama, dimensi ini memberikan gambaran apakah efek ajaran agama terhadap etos kerja, hubungan interpersonal, kepedulian kepada penderitaan orang lain dan sebagainya. Perspektif islam dalam perilaku keberagamaan dijelaskan pada Al-Qur'an yang artinya:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اَدْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ

إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿٢٠٨﴾

“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”. (Q.S. Al Baqarah:208)

Allah menuntut orang beriman (Islam) untuk beragama secara menyeluruh tidak hanya satu aspek atau dimensi tertentu saja, melainkan terjalin secara harmonis dan berkesinambungan. Oleh karena itu, setiap muslim baik dalam berfikir, bersikap maupun bertindak haruslah didasarkan pada nilai dan norma ajaran Islam. Bagi seorang muslim, keberagamaan dapat dilihat dari seberapa dalam keyakinan, seberapa jauh pengetahuan, seberapa konsisten pelaksanaan ibadah ritual keagamaan,

seberapa dalam penghayatan atas agama Islam serta seberapa jauh implikasi agama tercermin dalam perilakunya. Dalam Islam, keberagamaan akan lebih luas dan mendalam jika dapat dirasakan seberapa dalam penghayatan keagamaan seseorang. Berdasarkan deskripsi di atas, dapat disimpulkan bahwa dimensi keberagamaan dalam Islam terdiri dari lima dimensi, yaitu: Aqidah (iman atau ideology), dimensi ibadah (ritual), dimensi amal (pengamalan), dimensi ihsan (penghayatan, situasi dimana seseorang merasa dekat dengan Allah), dan dimensi ilmu (pengetahuan).

Esensi Islam adalah tauhid, penegasan Allah sebagai pencipta yang mutlak dan transenden, penguasa segala yang ada. Tauhid adalah intisari Islam. Oleh karena itu, suatu tindakan tidak dapat disebut bernilai Islam, jika tidak dilandasi oleh kepercayaannya kepada Allah SWT. Sejalan dengan pandangan Islam, Glock & Stark menilai bahwa teologi adalah pusat keyakinan beragama. Teologi terapat dalam seperangkat kepercayaan mengenai hari terakhir, mengenai alam dan kehendak-kehendak supernatural, sehingga aspek-aspek lain dalam agama menjadi koheren. Ritual dan kegiatan yang menunjukkan ketaatannya baru dapat dipahami jika kegiatan-kegiatan tersebut berada dalam kerangka kepercayaan yang mengandung dalil bahwa ada suatu kekuatan yang besar yang harus disembah. Selain tauhid atau akidah, dalam Islam terdapat syariah dan akhlaq. Akidah adalah sistem kepercayaan dan dasar bagi syariah dan akhlaq. Syariah merupakan tatanan hokum, dan akhlaq adalah

dimensi praktis dimana seseorang muslim berperilaku sesuai dengan norma dan nilai Islam.

Konsep keberagamaan Glock & Stark mencoba melihat keberagamaan seseorang dengan memperhatikan semua dimensi. Untuk memahami keberagamaan umat Islam, diperlukan suatu konsep yang mampu memberikan penjelasan tentang beragam dimensi dalam Islam. Keberagamaan dalam Islam tidak hanya diwujudkan dalam bentuk ritual ibadah saja namun juga aktifitas lainnya. Sebagai sistem yang menyeluruh, Islam mendorong pemeluknya untuk beragama secara menyeluruh pula.

## **2. Karakteristik Perilaku Keagamaan Remaja**

Karakteristik Perilaku Remaja dalam beragama dibagi menjadi 4, yaitu:<sup>42</sup>

### **1. Percaya secara Ikut-Ikutan**

Percaya secara ikut-ikutan ini biasanya dihasilkan oleh didikan agama dengan cara yang amat sederhana, yaitu pelajaran agama hanya didapat berdasarkan pengalaman-pengalaman yang didapatnya dalam keluarga dan lingkungannya, bukan melalui pendidikan.

### **2. Percaya dengan Kesadaran**

Semangat agama pada remaja mulai meningkat, sehingga cara beragama yang ikut-ikutan, patuh dan tunduk kepada ajaran

---

<sup>42</sup> Syaiful Hamali, "Karakteristik Keberagamaan Remaja Dalam Perspektif Psikologi" Al-AdYaN/Vol.XI, No.1 (2016)

agama tanpa komentar tidak lagi memuaskannya, jika alasannya hanya dengan dalil-dalil dan hukum mutlak dari ayat-ayat Tuhan atau hadis-hadis Nabi, atau tradisi-tradisi keagamaan mereka tidak dapat menerimanya. Mereka ingin menjadikan agama sebagai tempat untuk bermujadalah dan bermudzakarah untuk membuktikan kebenaran agama dan ilmu pengetahuan.

### 3. Kebimbangan dalam Beragama

Kebimbangan beragama mulai menyerang remaja setelah pertumbuhan dan kecerdasannya mencapai tingkat kematangan, sehingga remaja bisa mengkritik, menerima, atau menolak sesuatu yang disampaikan kepadanya. Dikarenakan ajaran-ajaran yang diterima pada waktu kecil berbeda dengan kehidupan agama di waktu remaja. Hal ini disebabkan pada masa remaja akhir (adoleson) keyakinan agama mereka lebih dikuasai oleh pemikiran. Maka sudah barang tentu banyak ajaran-ajaran agama yang harus diselidiki atau dikritik, terutama pendidikan agama yang diterima pada masa anak-anak yang lebih bersifat otoriter dari orang lain.

Kegoncangan keyakinan beragama terjadi sesudah perkembangan kecerdasan selesai, tidak dapat dipandang sebagai sesuatu yang berdiri sendiri, tetapi berhubungan dengan segala pengalaman dan proses pendidikan yang dilaluinya dimasa

kecil, karena pengalaman yang dilalui oleh seseorang ikut memberikan gambaran pribadinya setelah remaja meningkat menjadi dewasa.

#### 4. Kurang Percaya dengan Tuhan

Akhir masa remaja timbul rasa resah, gelisah, gundah gulana dalam hidupnya sebagai pantulan dari jiwa remaja yang tidak mempercayai adanya Tuhan secara mutlak. Disamping itu, keingkaran remaja terhadap Tuhan berasal dari keadaan masyarakat yang dilanda penderitaan, kemerosotan moral, kekacauan dan kebimbangan. Selain itu, timbulnya ketidakpercayaan remaja kepada Tuhan sebagai reaksi dari kebebasan berfikir para intelektual atau pancaran dari cara berfikir para ilmuwan, yang membatasi ruang gerak agama dengan konsep positivisme, sekulerisme, dan materilaisme.

Menurut Thomas F. O'dea, Sekulerisme terdiri dari dua bentuk transformasi yang saling menyambung dalam fikiran manusia.<sup>43</sup> Yang pertama ialah desakralisasi sikap terhadap orang, dan benda, yakni menafikan keterlibatan emosional dalam menanggapi hal-hal yang religius dan suci. Kedua, adalah rasionalisasi fikiran yakni mengeluarkan peran serta emosi dalam memahami dunia.

---

<sup>43</sup> Syaiful Hamali, "Karakteristik Keberagamaan Remaja Dalam Perspektif Psikologi" Al-AdYaN/Vol.XI, No.1 (2016)

### 3. Aspek Yang Mempengaruhi Perkembangan Perilaku Keagamaan Remaja

Ada 5 aspek utama yang mempengaruhi perkembangan remaja dari segi rohani dan jasmani, yaitu:<sup>44</sup>

#### 1. Pertumbuhan Pikiran dan Mental

Hasil penelitian Allport, Gillespy dan Young dikutip Ramayulis bahwa Ide dan dasar keyakinan agama yang diterima remaja pada masa anak-anak, sudah tidak begitu menarik lagi bagi mereka.<sup>45</sup> Mereka sudah mulai memiliki sifat kritis terhadap ajaran agama, mereka mulai tertarik pada masalah-masalah kebudayaan sosial, ekonomi, dan norma-norma kehidupan lainnya.

#### 2. Perkembangan Perasaan

Perasaan anak remaja memegang peranan yang sangat penting dalam bersikap dan mengamalkan agamanya. Berbagai perasaan telah berkembang dalam diri remaja, diantaranya perasaan sosial, edits, dan estetis mendorong remaja untuk mengahayati perikehidupan yang terbiasa dalam lingkungannya. Remaja yang tinggal dilingkungan orang yang taat beragama, anak remaja akan terbiasa dengan kehidupan yang agamais. Sebaliknya remaja yang tinggal dilingkungan yang tidak mengenal agama, niscaya remaja akan bersikap dan bertindak laku seperti orang-

---

<sup>44</sup> *Ibid*

<sup>45</sup> Ramayulis, *Psikologi Agama* (Jakarta: Kalam Mulia, Cet. IX 2011) h. 63



orang yang tidak melakukan agamanya, kehidupan mereka lebih banyak didorongan oleh perasaan ingin tahu dan perasaan super, bahkan mereka lebih mudah dinominasi oleh tindakan seksual.

### 3. Pertimbangan Sosial

Masa remaja adalah masa yang penuh dengan kontradiksi dalam kehidupan keagamaannya, akibatnya timbul konflik antara pertimbangan moral dan material. Sehingga remaja kebingungan dalam menentukan pilihannya, sementara kehidupan dunia lebih dipengaruhi oleh kepentingan materi, sedangkan para remaja lebih cenderung jiwanya untuk bersikap materialis dalam kehidupan mereka. Dan meninggalkan kehidupan yang berisikan nilai-nilai moral atau agama dalam hidupnya.

### 4. Perkembangan Moral

Anak yang baru lahir tidak dapat dikatakan bermoral, karena moral itu tumbuh dan berkembang dari pengalaman-pengalaman yang dilalui sejak kelahiran anak. Pertumbuhannya baru dapat dikatakan mencapai kematangan pada usia remaja, yaitu ketika perkembangan kecerdasannya telah selesai. Pada hakekatnya tak ada perbedaan yang nyata antara agama dan moral, karena seorang yang beragama percaya kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta mengagumi akan kebesaran Tuhannya, berarti seseorang telah memiliki rasa kepercayaan dan

mengangumi Tuhan itu, maka seseorang itu telah menunjukkan dan memiliki moral yang baik.

Secara psikologis seseorang yang beragama membutuhkan sifat *attempts to harmonize* (berusaha untuk mengharmoniskan hidupnya dengan Tuhan). Agama dan moral memiliki hubungan yang sangat erat, bahkan ada yang mengatakan bahwa moral adalah bagian dari agama. Perkembangan moral remaja bertitik tolak dari rasa berdosa dan usaha untuk mencari proteksinya.

#### b. Sikap dan Minat

Sikap merupakan kecenderungan seseorang terhadap sesuatu untuk bertindak, yaitu menerima atau menolak terhadap aksi yang diberikan, sedangkan sikap terhadap sesuatu itu bisa bernilai positif dan negatif. Secara psikologis, essensi pada sikap terdapat beberapa komponen fungsi jiwa yang bekerja secara kompleks dalam menentukan sikapnya terhadap sesuatu, ketiga komponen itu adalah. Pertama, komponen kognisi akan memberikan jawaban tentang apa yang dipikirkan individu tentang objek. Kedua, komponen afeksi dihubungkan dengan apa yang dirasakan oleh individu terhadap objeknya, misalnya perasaan senang, marah, benci, sayang dan sebagainya. Ketiga, komponen konasi yaitu kesedian/kesiapan individu terhadap objek dengan menerima atau menolak keberadaan objek tersebut. Ketiga komponen itu saling

berhubungan dan saling mempengaruhi antara satu dengan lainnya.

Selain itu, faktor pengalaman memiliki peranan penting dalam pembentukan sikap seseorang, karena munculnya sikap pada seseorang adalah tatkala individu mengenal sesuatu atau objek, baik objek itu dalam bentuk internal maupun eksternal, Jika seseorang hidup dilingkungan yang berbeda dengan lingkungannya sudah dapat dipastikan bahwa sikap hidupnya dipengaruhi oleh lingkungan tersebut.

#### **4. Pembinaan Remaja dalam Perilaku Keagamaan**

Berbicara masalah pembinaan remaja adalah identik dengan masalah pembentukan moral pada diri remaja. Para ahli pembinaan yang mengatakan bahwa tujuan pembinaan adalah pembentukan moral, yang dilakukan melalui berbagai proses pembinaan secara bertahap. Masa remaja diwarnai oleh pertumbuhan, perkembangan dan perubahan baik fisik maupun pola pikiran dan tingkahlaku. Kemudian, munculnya berbagai kesempatan, dan seringkali beranggapan untuk mencari jati diri, namun belum mengetahui proporsional dalam dirinya, sibuk dalam hal yang tidak semestinya, sehingga lupa dengan orang disekitarnya bahkan tidak peduli sampai ia menemukan titik kepuasan.

Remaja meskipun sudah matang secara organ seksual, tetapi emosi dan kepribadiannya masih labil sehingga rentan terhadap berbagai godaan dan lingkungan pergaulannya (Dewi, 2009). Oleh karena itu, remaja

sangat mudah terpengaruh dengan lingkungannya termasuk pengaruh-pengaruh negatif seperti melakukan tindakan-tindakan yang menyimpang dan bisa merugikan dirinya dan orang lain. Pentingnya pembinaan moral remaja adalah untuk menyadarkan para generasi muda sebagai generasi penerus bangsa agar tahu peran dan tanggung jawabnya, berkarakter dan menanamkan nilai agama, dapat bertindak dengan bijak, dan menjadi ujung tombak kesuksesan bangsa dan negara. Dilihat dari aspek regenerasi, maka persoalan pembinaan remaja menjadi lebih penting.

Pembinaan moral remaja dapat dilakukan melalui beberapa cara. Berdasarkan hasil penelitian lapangan yang dilakukan oleh Audah Mannan pembinaan moral remaja dapat didukung dan dilakukan melalui unsur sebagai berikut:<sup>46</sup>

**a. Orang tua**

Hubungan yang baik antara orang tua dengan anak remaja akan membantu interaksi pembinaan para remaja. Karena kedua-duanya saling mengerti, memahami, menanggapi dalam memecahkan berbagai persoalan secara terbuka. Sikap keterbukaan itulah akan memudahkan bimbingan moral dan karakter terhadap remaja. Para orang tua dalam membina dapat memakai dua metode, yaitu:

1. Metode langsung, orang tua berperan penuh dalam memberikan bimbingan, pengarahan pada anak remaja untuk berbuat kebajikan sesuai dengan norma-norma masyarakat dan agama.

---

<sup>46</sup> Audah Mannan, "pembinaan moral dalam membentuk karakter remaja (studi kasus remaja peminum tuak di kelurahan suli kecamatan suli kabupaten luwu)", Jurnal Aqidah-Ta Vol. III No. 1 (2017). h. 68

2. Metode tidak langsung, pada metode ini orang tua hanya sebagai pengontrol pada kegiatan- kegiatan yang dilakukan oleh anak-anaknya.

**b. Aparat pemerintah (lembaga pemerintah)**

Pembinaan moral dan karakter terhadap remaja juga dapat dilaksanakan melalui lembaga pemerintahan. Tidak harus pemerintah pusat saja, tetapi juga yang ada di daerah masing-masing. Bahkan pemerintah yang lebih dekat dengan tempat tinggal justru memberikan peluang yang besar terhadap pembinaan remaja, seperti pemerintah atau jajaran pejabat desa. Adapun cara-cara yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Dibentuknya organisasi keremajaan di Kelurahan tersebut, misalnya karang taruna, REMAS (remaja masjid) dan sebagainya.
2. Tiap 2 minggu sekali dari aparat Kelurahan memberikan penyuluhan pada masyarakat maupun pada organisasi- organisasi yang ada di Kelurahan Suli.
3. Menghimbau kepada para remaja untuk berperan aktif mengikuti kegiatan yang diprogram oleh organisasi yang ada di Kelurahan tersebut.
4. Ikut berpartisipasi dan mendukung secara penuh terhadap wadah-wadah pembinaan yang ada di Kelurahan Suli agar para remaja khususnya dan masyarakat Kelurahan Suli pada

umumnya terarah dan terkontrol dengan baik dalam hidup bermasyarakat dan bernegara.

5. Mengadakan acara-acara rutin pada hari-hari besar Islam seperti pengajian akbar agar para remaja tidak tergeser nilai keimanannya walaupun tetap mengikuti perkembangan jaman. Sehingga, moral baik tetap tercipta pada diri para remaja.

c. Tokoh masyarakat (lembaga keagamaan)

Pembinaan moral dan karakter remaja juga dilakukan melalui unsur tokoh masyarakat yang fatwanya menjadi panutan bagi semua masyarakat. Pembinaan moral dan karakter yang dilakukan oleh tokoh masyarakat inilah membawa dampak positif yang begitu besar terhadap kehidupan remaja. Terbukti dengan adanya perubahan sikap dan perilaku yang lebih baik pada diri remaja.

Pembinaan moral yang dilakukan oleh tokoh masyarakat yaitu dengan cara melalui lembaga pembinaan formal maupun non formal dan dengan cara memberikan ceramah agama yang diadakan oleh jam'iyah majlis ta'lim, tahlil.

Tujuan dan motivasi diadakannya pembinaan moral dan karakter remaja adalah untuk meningkatkan kesadaran para remaja akan hari depannya yang penuh dengan dinamika, memberi bekal keterampilan yang serba guna dan siap pakai, para remaja memiliki SDM yang dilandasi dengan moral dan karakter yang dapat



dipertanggung jawabkan kemudian, menjadikan para remaja untuk hidup mandiri tanpa ada ketergantungan dari orang lain, dan mencetak generasi muda yang bermoral baik dan intelektual demi kemajuan bangsa dan negara.

#### **D. Pengaruh Media Sosial *Instagram* terhadap Perilaku Keagamaan Remaja**

*Instagram* merupakan media sosial yang paling populer, dengan berbagai kelebihan yang disajikan membuat popularitas *instagram* kian menjulang, seiring dengan meningkatnya jumlah penggunanya. Menurut CEO *Instagram*, Kevin Systrom, jumlah pengguna aplikasi tersebut sudah mencapai 700 juta, dengan peningkatan 100 juta pengguna dalam waktu 4 bulan dengan pengguna terbanyak adalah kalangan remaja.<sup>47</sup>

Kemudahan atau positif yang dihasilkan media sosial *Instagram* membuat pengguna juga tak terlepas dari unsur negatif, contohnya seperti tidak adanya kepedulian terhadap sekitar mereka, mengikuti apa yang sedang trend yang mereka lihat pada media sosial *Instagram*, bahkan mereka melalaikan kewajiban mereka dalam urusan agama.<sup>48</sup> Namun, apabila para remaja bisa menyikapi manfaat dari media sosial *Instagram* tersebut maka hal-hal yang bersifat negatif tersebut dapat dikurangi dan menjadi hal-hal yang bersifat positif. Bahkan media sosial *Instagram* bukan hanya sebagai media

---

<sup>47</sup> M.liputan6.com

<sup>48</sup> Skripsi Aguslianto, "Pengaruh Sosial Media Terhadap Akhlak Remaja" Fak. Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry Darussalam, Banda Aceh. 2017.

untuk berdagang<sup>49</sup> dan bereksistensi tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai wadah untuk berdakwah, seperti berbagi foto dan video yang berisi tentang keislaman, tidak berlebihan dalam hal duniawi, *ukhuwah islamiyah*, pentingnya beribadah kepada Allah SWT dan menghormati orangtua. Sedangkan perilaku keagamaan adalah tindakan, aktifitas maupun tingkahlaku remaja yang mencerminkan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-harinya.

Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan tersebut diduga masih ada hubungan antara keduanya, dimana semakin banyak remaja menggunakan media sosial *Instagram* serta mengetahui dan memanfaatkan dengan baik, berbagi foto dan video yang berisi tentang keislaman, tidak berlebihan dalam hal duniawi, *ukhuwah islamiyah*, pentingnya beribadah kepada Allah SWT dan menghormati orangtua, maka perilaku yang ditunjukkan oleh remaja juga akan baik yaitu tindakan dan aktifitas yang mencerminkan nilai-nilai keislaman. Hal ini berarti media sosial *Instagram* diduga dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku keagamaan remaja.

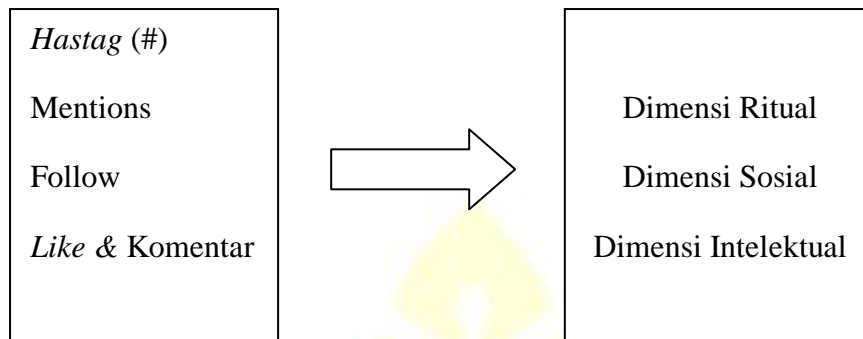
---

<sup>49</sup> Puguh kurniawan, *Loc.cit.*

## E. Kerangka Fikir

*Instagram*

*perilaku keagamaan remaja*



Kerangka fikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka fikir digunakan sebagai landasan penelitian yang akan dilakukan. Peneliti mencoba untuk menguraikan apakah terdapat pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Dari kerangka fikir diatas dapat diketahui pada penelitian ini terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Dengan indikator variabel bebas yaitu *Hastag* (X1) sebagai variabel bebas, *Mentions* (X2) sebagai variabel bebas, *Follow* (X3) sebagai variabel bebas dan *Like & Komentar* (X4) sebagai variabel bebas, kemudian ada variabel terikat dengan indikator yaitu Ritual (Y1) sebagai variabel terikat, Sosial (Y2) sebagai variabel terikat dan Intelektual (Y3) sebagai variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

*Hashtag* pada kerangka fikir ini merupakan fitur ataupun konten dari *Instagram* yang memudahkan untuk membubuhkan topik tertentu dalam bentuk tagar pada setiap update-an dan untuk mengkategorikan foto dan video yang sama. Fitur ini penting karena sangat memudahkan untuk menemukan foto ataupun video tentang keislaman yang tersebar di *Instagram* dengan label tertentu.

*Mentions* merupakan fitur ataupun konten dari *Instagram* yang memudahkan untuk memanggil dan menyapa pengguna lain untuk memberikan informasi tertentu baik dari akun kita maupun dari akun lain, juga untuk mempersingkat ketika kita ingin menyebut nama orang agar tidak terjadi kesalahan.

*Follow* merupakan fitur ataupun konten yang penting dari *Instagram*, karena *Instagram* adalah salah satu media komunikasi, dikatakan komunikasi jika ada interaksi antar pengguna lain di *Instagram*, untuk mendapatkan teman atau pengguna lain tersebut menggunakan *follow*

*Like & Komentar* merupakan fitur ataupun konten dari *Instagram* yang dari sini kita dapat mengetahui seberapa besar kualitas foto ataupun video yang kita bagikan tidak hanya dilihat dari kualitas gambarnya namun juga dari makna ataupun penjelasan dari gambar tersebut yang dituangkan dalam caption. Sedangkan komentar memudahkan untuk menjaga tali silaturahmi dengan komunikasi didalamnya, karena komentar tidak hanya kritik saran dan pujian tetapi masukan sesuai konten apa yang

kita bagikan. Dalam penelitian ini peneliti akan meneliti apakah terdapat pengaruh antara fitur-fitur *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja.

## **F. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian.<sup>50</sup> Berdasarkan teori dan kerangka fikir yang telah diuraikan peneliti menduga bahwa Media Sosial *Instagram* mempunyai pengaruh bagi remaja rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung karena remaja rohis sangat aktif mengakses media sosial *Instagram* dengan memanfaatkan fiturnya dan mengikuti akun keagamaan/Islam pada *Instagram*.

---

<sup>50</sup> Sugiono, *Satistika Untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2015), h. 84.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **F. Identifikasi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian menurut Kerlinger adalah konstuk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari, dan suatu sifat tersebut bisa diambil dari nilai yang berbeda, artinya variable adalah suatu yang bervariasi dan memiliki nilai.<sup>51</sup> Jadi variabel penelitian adalah sesuatu yang dipelajari oleh peneliti berupa obyek atau kegiatan berbentuk apa saja yang memiliki sifat, nilai serta bervariasi sesuai dengan kategori yang ditetapkannya kemudian ditarik kesimpulan.

Variabel penelitian memiliki berbagai macam, namun dalam penelitian ini penulis hanya memafarkan dua variabel sesuai dengan tujuan penelitian yang telah diuraikan pada BAB 1 dan berdasarkan teori yang diuraikan dalam BAB II, maka dapat diidentifikasi variabel penelitian sebagai berikut:

##### **1. Variabel bebas (*Independent Variabel*)**

Variabel bebas merupakan variabel pokok atau inti yang menyebabkan timbul dan berubahnya suatu objek, artinya variabel bebas

---

<sup>51</sup> Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, (Bandung: Alfabeta. 2015). h 38



merupakan variabel yang mempengaruhi. Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah media sosial *instagram* (X).

## 2. Variabel terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau hasil yang ditimbulkan dari variabel bebas. Adapun yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku keagamaan remaja (Y).

## G. Definisi Overasional Variabel

Definisi overasional adalah penjabaran secara substansi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang berisikan indikator-indikator terkait dan bertujuan untuk memberikan batasan terhadap variabel sehingga memudahkan peneliti untuk mencapai dan menghasilkan data yang akurat sesuai dengan maksud dalam penelitian ini. Adapun variabel yang harus didefinisikan secara overasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Pengaruh Media Sosial *Instagram*

Media sosial adalah sebuah wadah yang mampu menciptakan berbagai bentuk komunikasi dan pemberian berbagai macam informasi bagi semua kalangan masyarakat. Salah satu jenis media sosial dan juga menjadi fokus penelitian ini adalah *Instagram*. *Instagram* adalah media sosial yang sangat populer saat ini membagikan dan mengambil foto serta video dengan berbagai fitur yang dapat memperindahkannya membuat

*Instagram* berada diposisi paling atas dengan pengguna terbanyak dibandingkan dengan media sosial lainnya.

*Instagram* juga selain itu dapat membagikan foto dan video ke akun media sosial lainnya menggunakan fitur *share*. Tidak hanya fitur *share*, menurut Bambang fitur *Instagram* ada *Hastag*, *Geotag*, *Follow*, *Like*, Komentar dan *Mentions*. Fitur-fitur dalam *instagram* inilah yang digunakan sebagai indikator dalam penelitian ini, namun tidak dengan *Geotag*.

## 2. Perilaku keagamaan pada remaja

Perilaku keagamaan adalah segala tindakan, aktifitas maupun tingkahlaku remaja rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang mencerminkan nilai-nilai Keislaman. Perilaku keagamaan juga dapat diartikan sebagai nilai dimana seseorang atau masyarakat akan selalu merujuk dalam upaya pengembangan diri dalam hubungannya dengan Tuhan. Merujuk pada teori yang dikemukakan oleh C.Y dan R bahwa ada lima dimensi agama dalam diri manusia, yakni dimensi keyakinan (*Ideologis*), dimensi intelektual (*intellectual involvement*), dimensi eksperensial (*experencial involvement*), dimensi konsekuensi atau dimensi sosial (*consequential involvement*), dimensi ritual (*ritual involvement*). Namun, yang digunakan sebagai indikator dalam penelitian ini adalah dimensi ritual, dimensi sosial dan dimensi intelektual karena sesuai dengan karakteristik objek penelitian ini.

## H. Populasi dan Sampel

Penelitian ilmiah populasi dan sampel adalah pokok atau landasan dalam mencari dan mengumpulkan data baik itu penelitian kuantitatif maupun kualitatif, hanya saja teknik yang digunakan antara keduanya berbeda.

### 1. Populasi

Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti.<sup>52</sup> Kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>53</sup> Populasi yang peneliti maksud dalam penelitian ini adalah semua remaja baik laki-laki maupun perempuan yang terdiri dari kelas 10 hingga 12 SMA yang bergabung dengan organisasi sekolah atau ekstrakurikuler rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang berjumlah 35 orang.<sup>54</sup>

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.<sup>55</sup> Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *proporsional random sampling* yaitu pengambilan sampel dengan mempertimbangkan unsur serta kategori yang terdapat dalam populasi. Kemudian, berdasarkan hal tersebut peneliti

---

<sup>52</sup> Hasan, Iqbal M, *Op.cit*, h. 58

<sup>53</sup> Sugiono, Metode Penelitian Pendidikan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2014). h. 62

<sup>54</sup> Wawancara dengan pembina rohis, pada tanggal 15 februari 2018

<sup>55</sup> Hasan, Iqbal M, *Op.cit*, h. 58

mempertimbangkan bahwa remaja di SMA Perintis 1 Bandar Lampung lebih cenderung aktif dalam menggunakan media sosial *Instagram* ditambah lagi dengan lokasi sekolah yang berada ditengah-tengah kota Bandar Lampung membuat arus globalisasi akan cepat dirasakan. Kemudian berdasarkan teori yang diungkapkan oleh Arikunto bahwa:

Untuk sekedar kira-kira maka apabila objeknya kurang dari 100, lebih baik seluruh populasi dijadikan sebagai sampel, sehingga penelitiannya dijadikan penelitian populasi, selanjutnya apabila jumlah objeknya yang akan diteliti lebih dari 100 maka akan diambil sebagai sampel antara 10-15%, 20-25% atau lebih.<sup>56</sup>

Pernyataan diatas menunjukkan apabila objeknya kurang dari 100 maka lebih baik seluruh populasi dijadikan sampel. Sehingga sampel yang dipilih dalam penelitian ini yaitu berjumlah 35 orang remaja rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung.

## **I. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mengetahui data yang sesuai dengan tujuan penelitian yang objektif, maka penulis menggunakan metode observasi dan metode kuesioner atau angket:

### **1. Observasi**

Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek dengan mencatat secara sistematis kegiatan dan perubahan

---

<sup>56</sup> Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Prosedur Praktek*, Cet, Ke 03, (Jakarta: Bumi Aksara, 1992) h. 116

yang terjadi.<sup>57</sup> Adapun jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipan yang dalam hal ini mengamati kegiatan-kegiatan dan gejala-gejala yang nampak dari remaja rohis di SMA perintis 1 Bandar Lampung.

Observasi digunakan oleh peneliti karena sesuai dengan objek penelitian ini yaitu remaja yang kita ketahui dengan karakter dan emosionalnya yang labil, sehingga peneliti bermaksud melakukan pendekatan terlebih dahulu agar tidak terjadinya penolakan saat pengambilan data melalui kuesioner atau angket.

## **2. Kuesioner atau Angket**

Kuesioner atau angket adalah sejumlah pertanyaan yang dibagikan kepada responden untuk dijawab dengan berbagai macam metode yang telah ditetapkan dan diberikan, guna memperoleh informasi baik tentang pribadinya atau hal yang sesuai dengan konteks penelitian ini. Berbagai macam metode, namun kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup artinya peneliti menyediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih jawaban yang paling sesuai menggunakan *check list* yang sudah disediakan pada kolom-kolom rating-scale, tujuannya untuk mempermudah responden dan peneliti dalam memperoleh data yang akurat.

---

<sup>57</sup> Rakhmat, Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya, 1999) h. 19-20

Instrument angket yang digunakan dalam penelitian ini sebelum dibagikan kepada responden sudah dianalisis terlebih dahulu oleh dosen pembimbing dan dosen ahli dibidangnya. Sehingga, angket yang digunakan sudah terjamin keabsahannya dan sudah memiliki tingkat validitas (mengukur ketetapan) dan reabilitas (mengukur keajegan) karena angket yang baik adalah yang memiliki sifat tersebut.<sup>58</sup>

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua skala, yaitu skala pengaruh media sosial *instagram* dan skala perilaku keagamaan remaja. Kedua skala tersebut menggunakan modifikasi dari skala *likert*, dengan menyediakan empat alternatif jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Skor yang akan diberikan terhadap masing-masing jawaban adalah sebagai berikut:

Skor untuk item pernyataan *Favourabel*:

- a. Sangat Setuju (SS) dengan skor : 4
- b. Setuju (S) dengan skor : 3
- c. Tidak Setuju (TS) dengan skor : 2
- d. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor : 1

Skor untuk item pernyataan *Un-favourabel*:

- a. Sangat Setuju (SS) dengan skor : 1
- b. Setuju (S) dengan skor : 2

---

<sup>58</sup> Sugiono, Statistik untuk penelitian (Alfabetha: Bandung) cet-ke 26, h. 371-372



c. Tidak Setuju (TS) dengan skor : 3

d. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor : 4

Skala pengaruh media sosial Instagram dibuat berdasarkan indikator dalam penelitian ini yang berjumlah 30 item seperti yang tersaji dalam blue print sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

**Blue Print Skala Media Sosial *Instagram***

No	Indikator	Nomor Item		Total Item	Jumlah
		Favourabel	Un-Favourabel		
1.	<i>Hastag (#)</i>	1, 2, 9, 16, 23	10, 17	7	23%
2.	<i>Mention</i>	3, 11, 18, 24, 25	4, 12, 19	8	27%
3.	<i>Follow</i>	5, 13, 20, 26, 27	6, 14	7	23%
4.	<i>Like &amp; Komentar</i>	7, 15, 21, 22, 28	8, 29, 30	8	27%
Total		20	10	30	100%

Skala perilaku keagamaan remaja dibuat berdasarkan indikator dalam penelitian ini yang berjumlah 22 item seperti yang tersaji dalam blue print sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

**Blue Print Skala Perilaku Keagamaan Remaja**

No	Indikator	Nomor Item		Item Total	Jumlah
		Favourabel	Un-Favourabel		
1.	Ritual	1, 2, 9, 10, 16	3, 17	7	32%
2.	Sosial	11, 4, 12, 18, 19	5, 13, 20	8	36%
3.	Intelektual	6, 14, 21, 7	15, 8, 22	7	32%
Total		14	8	22	100%

Kuesioner dalam penelitian ini ditujukan kepada remaja rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung guna untuk mengetahui pengaruh dari adanya Instagram terhadap perilaku keagamaan remaja di SMA Perintis 1 Bandar Lampung

### **3. Wawancara**

Teknik pengumpulan data yang sangat mendukung adalah wawancara. Wawancara dalam penelitian ini menggunakan wawancara tak terstruktur (*Unstructured Interview*) yaitu wawancara yang bebas dan peneliti hanya berpedoman pada garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.<sup>59</sup> Pada penelitian ini wawancara digunakan untuk mewawancarai pembina rohis, staf TU, wakakurikulum, serta pegawai lain

---

<sup>59</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabetha, 2013), h. 197

pada SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang diperlukan untuk mendapatkan informasi terkait data-data yang relevan dengan penelitian ini. wawancara dilakukan dengan cara bertatap muka langsung dengan pihak-pihak tersebut.

## **J. Pengujian Instrumen Penelitian**

### **1. Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang dihasilkan dari data lapangan dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya,<sup>60</sup> dan menunjukkan kevalidan atau keabsahan dari suatu instrumen.<sup>61</sup> Instrument dikatakan valid jika dapat digunakan untuk mengukur dan menghasilkan ukuran yang sesuai dengan maksud dalam penelitian ini.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan dari berbagai instrumen, kemudian mencari dan membuktikan variabel sesuai dengan maksud dalam penelitian ini. Adapun dalam penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan komputer melalui program SPSS (*Statistical Package for Social Sciencer*)<sup>18</sup> menggunakan rumus *korelasi product moment* sebagai berikut.

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

---

<sup>60</sup> Beni ahmad saebani dan afifudin, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Pustaka Setia: Bandung, 2012), h. 188

<sup>61</sup> Sugiono, *Statistik untuk Penelitian*, (Alfabetha: Bandung, 2015) cet-ke 26, h.372

$r$  : Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

$n$  : Jumlah responden

$X$  : Skor untuk butir ke-I (dari subjek uji coba)

$Y$  : Total skor dari subjek uji coba

$\sum X$  : Jumlah skor X

$\sum Y$  : Jumlah skor Y

$\sum X^2$  : Jumlah kuadrat skor X

$\sum Y^2$  : Jumlah kuadrat skor Y

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini sebelum diberikan kepada sasaran, diujikan terlebih dahulu dengan remaja SMA. Jika diperoleh hasil  $r > 0.03120$  maka angket dikatakan baik dan dapat digunakan. Sebaliknya jika  $r < 0.03120$  maka pernyataan atau pertanyaan dalam angket tersebut tidak valid dan harus diganti, karena target hasil dikatakan valid adalah  $r_{xy} > 0,3120$ .<sup>62</sup> Hasil output dari percobaan instrumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>62</sup> *Ibid*, h. 373

**Tabel 3.3****Validitas variabel Media Sosial *Instagram***

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	90.90	26.832	.332	.798
X1.2	90.85	26.239	.381	.795
X1.3	90.10	27.042	.236	.802
X1.4	90.05	27.839	.087	.808
X1.5	89.85	25.818	.463	.791
X1.6	90.85	26.766	.382	.796
X1.7	90.60	27.937	.240	.802
X1.8	90.85	25.818	.616	.787
X1.9	90.35	26.976	.278	.800
X1.10	90.50	25.947	.475	.791
X1.11	89.80	27.116	.342	.798
X1.12	90.60	27.937	.240	.802
X1.13	90.45	29.839	-.324	.821
X1.14	90.85	25.818	.616	.787
X1.15	90.95	26.471	.385	.795
X1.16	90.60	27.937	.240	.802
X1.17	90.45	26.892	.351	.797
X1.18	90.60	28.147	.151	.803
X1.19	90.70	24.642	.505	.788
X1.20	89.90	26.305	.450	.793
X1.21	90.60	30.253	-.710	.819
X1.22	91.05	26.471	.354	.797
X1.23	90.65	28.555	.000	.805

X1.24	90.90	25.674	.596	.787
X1.25	90.60	28.147	.151	.803
X1.26	89.90	26.305	.450	.793
X1.27	90.70	24.642	.505	.788
X1.28	90.30	24.326	.500	.788
X1.29	90.30	27.063	.246	.801
X1.30	91.05	26.155	.238	.806

Hasil uji coba instrumen diatas menunjukkan bahwa ada 13 pernyataan yang tidak valid atau  $r < 0,3120$  yaitu pernyataan nomer 3, 4, 7, 12, 13, 16, 18, 21, 23, 25, 29, 30, artinya keseblas pernyataan tersebut harus diperbaiki atau diganti.

Kemudian hasil uji coba instrumen variabel perilaku keagamaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4**

**Perilaku Keagamaan Remaja**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1.1	66.00	16.000	.059	.789
y1.2	66.35	13.713	.638	.759
y1.3	65.70	12.853	.593	.758
y1.4	65.55	15.103	.145	.796
y1.5	65.35	15.924	-.021	.806



y1.6	66.10	15.674	.244	.784
y1.7	66.30	13.484	.758	.752
y1.8	66.00	16.211	-.058	.793
y1.9	66.10	15.674	.244	.784
y1.10	65.70	14.116	.490	.769
y1.11	65.55	14.261	.421	.773
y1.12	66.05	16.155	.000	.788
y1.13	65.70	14.116	.490	.769
y1.14	66.35	13.713	.638	.759
y1.15	66.00	16.211	-.058	.793
y1.16	65.75	14.303	.459	.771
y1.17	65.90	16.937	-.304	.809
y1.18	65.45	13.524	.644	.757
y1.19	66.25	13.987	.652	.761
y1.20	66.25	13.987	.652	.761
y1.21	66.00	16.737	-.345	.801
y1.22	65.65	14.450	.380	.776

Hasil uji coba instrumen diatas menunjukkan bahwa ada 10 pernyataan yang tidak valid atau  $r < 0,3120$  yaitu pernyataan nomer 1, 4, 5, 6, 8, 9, 12, 15, 17, 21 artinya kesepuluh pernyataan tersebut harus diperbaiki atau diganti.

## 2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini reliabel atau tidak. Kuesioner dikatakan reliabel jika kuesioner tersebut dilakukan pengukuran

berulang, akan mendapatkan hasil yang sama. Sehingga reliabilitas dapat dikatakan suatu usaha untuk melihat tingkat kepercayaan atau keandalan terhadap instrumen.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS (*Statistical Package for Social Sciencer*) 18 windows menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$\alpha = \left( \frac{K}{K-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum Si^2}{Sx^2} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$  : Koefisien reabilitas *alpha cronbach*

K : Jumlah pertanyaan yang diuji

$\sum Si^2$  : Jumlah variasi skor item

$Sx^2$  : Varians skor tes (seluruh item K)

V. Wiratna Sujarweni, uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* memiliki tingkatan nilai suatu instrumen dikatakan reliabel atau tidak, jika nilai  $\alpha > 0,60$  maka memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.<sup>63</sup> Instrument yang digunakan dalam penelitian ini sebelum diberikan kepada sasaran, diujikan terlebih dahulu dengan 20 remaja SMA. Jika diperoleh hasil  $\alpha > 0,60$  maka angket reliabel dikatakan baik dan dapat digunakan. Hasil reliabel output dari percobaan instrumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>63</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 110.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.804	30

Hasil diatas adalah output variabel media sosial *Instagram* dan diperoleh nilai Alpha Cronbach sebesar 0,804 artinya angket cukup reliabel karena  $\alpha > 0,60$  dan dapat digunakan.

Kemudian untuk hasil output variabel perilaku keagamaan remaja adalah sebagai berikut.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.787	22

Hasil diatas adalah output variabel perilaku keagamaan remaja dan diperoleh nilai Alpha Cronbach sebesar 0,787 artinya angket cukup reliabel karena  $\alpha > 0,60$  dan dapat digunakan.

## K. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan peneliti untuk menguji apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak, karena data yang baik adalah data yang memiliki distribusi normal. Dalam

pengujian data ini peneliti menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan bantuan komputer melalui program SPSS (*Statistical Package for Social Sciencer*) for windows 18. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menentukan nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikansi  $< 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi normal

## **2. Uji Linearitas**

Uji linearitas digunakan peneliti untuk mengetahui apakah dua variabel dalam penelitian ini mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan, karena data yang baik adalah data yang seharusnya memiliki hubungan yang linear. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ . Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Untuk mengujinya dalam penelitian ini digunakan uji *Test for Linearity* dengan bantuan komputer melalui program SPSS (*Statistical Package for Social Sciencer*) for windows 18.

## **3. Uji Regresi Linear sederhana**

Uji koefisien regresi linear sederhana digunakan peneliti untuk mengetahui sejauh mana hubungan atau pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas (X) yang dalam hal ini adalah media sosial *instagram* terhadap variabel terikat (Y) yang dalam hal ini adalah perilaku

keagamaan remaja. Dikatakan berpengaruh secara signifikan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  berarti terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat begitupun sebaliknya. Dalam pengujian data ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) for windows 18.



## **BAB IV**

### **ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **F. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya SMA Perintis 1 Bandar Lampung**

Berdirinya SMA Perintis 1 Bandar Lampung diawali dengan berdirinya Yayasan Pendidikan Perintis (YPP) dengan diterbitkannya akte notaris imam ma'ruf no. 56 dengan alamat jalan kartini nomor 42 Bandar Lampung tahun 1982 dan untuk pertama kalinya SMA Perintis 1 Bandar Lampung dibuka. Pada tahun 1985 SMA Perintis diakui dengan keputusan dirjen pendidikan dan kebudayaan Indonesia nomor: NSS 3011226004039, NDS 04014009, NPSN 10807023 dan sekaligus berhasil meluluskan siswanya untuk yang pertama kali. Sejak tahun 1991 SMA Perintis 1 Bandar Lampung berstatus disamakan berdasarkan surat keputusan dirjen pendidikan dasar dan menengah umum nomor 476/c/kep/1991 dengan NDS 0401009. Pada tahun pertama berdirinya dipimpin oleh Bapak Iskak, Ba dengan jumlah siswa 132 orang (kelas 1) dan tenaga pengajar berjumlah 20 orang. Sesuai dengan motto SMA Perintis 1 Bandar Lampung yaitu berfikir ilmiah berkarya amaliyah terdepan dalam prestasi, kreasi dan inovasi tak heran hingga saat ini proses belajar masih terus berlanjut dengan jumlah siswa yang terus bertambah. Tidak hanya itu SMA Perintis 1 Bandar



Lampung juga memiliki vasilitas-vasilitas yang cukup baik, walaupun hanya lembaga swasta namun kualitas siswa tidak kalah saing dengan sekolah-sekolah negeri yang ada di kota Bandar Lampung dan status gedung pun milik sendiri. Hingga saat ini SMA Perintis 1 Bandar Lampung terletak di jl. cut nyak dien no 4 palapa Tanjung Karang pusat Bandar Lampung. Letaknya yang jauh dari pusat keramaian dengan jarak 1 km dari pusat kota memungkinkan kegiatan belajar mengajar berlangsung dengan baik dan siswa dapat belajar dengan tenang. Jumlah siswa saat ini mencapai 472 orang laki-laki berjumlah 220 orang dan perempuan berjumlah 252 orang dengan waktu belajar dimulai pagi hari (07.15-14.00 wib) luas lahan/tanah 3196 m<sup>2</sup> dengan fasilitas yang cukup memadai. sampai saat ini SMA Perintis 1 Bandar Lampung telah terakreditasi “A”.<sup>64</sup> Adapun yang menjabat sebagai kepala sekolah SMA perintis 1 Bandar Lampung sejak awal berdirinya hingga sekarang adalah sebagai berikut:

1. Tahun 1982-1985 : Muhammad Iskak, Ba
2. Tahun 1988-1989 : Drs. S. Kardi Idris
3. Tahun 1989-1996 : Drs. Syarman Ibrahim
4. Tahun 1996-2001 : Drs. Ibrahim
5. Tahun 2001-2009 : Drs. Suharto
6. Tahun 2009-Sekarang : Zainuri, S.Ag.,M.M.Pd

---

<sup>64</sup> Propil SMA Perintis 1 Bandar Lampung, 2018

## **2. Motto SMA Perintis 1 Bandar Lampung:**

Berfikir Ilmiah Berkarya Amaliyah Terdepan dalam Prestasi,  
Kreasi dan Inovasi.

## **3. Visi SMA Perintis 1 Bandar Lampung:**

Menjadikan Sekolah Menengah Atas yang Menghasilkan Insan  
Yang Beriman, Cerdas, Berakhlak Mulia, Disiplin dan Berprestasi.

### **Indikator:**

- a. Terciptanya lingkungan sekolah yang bernuansa agamis.
- b. Unggul dalam prestasi akademik dan non akademik.
- c. Terwujudnya kehidupan warga sekolah yang berdisiplin dan berakhlak mulia.
- d. Terlaksananya manajemen sekolah yang bermakna dan tepat guna.
- e. Tuntas dalam pencapaian hasil ujian nasional dan sebagian besar lulusannya dapat diterima di universitas/ perguruan tinggi yang terkemuka.

## **4. Misi SMA Perintis 1 Bandar Lampung:**

- a. Menciptakan kegiatan pembelajaran secara optimal yang bernuansa imtaq dan iptek.
- b. Mengupayakan kegiatan belajar mengajar yang bernuansa agamis dan berorientasi pada pembentukan akhlak yang mulia.

- c. Membimbing siswa menuju prestasi yang unggul baik akademik maupun non akademik.
- d. Menciptakan insan yang saling menghormati, menghargai dan santun terhadap seluruh warga sekolah.
- e. Menciptakan aspek kedisiplinana dan ketertibn menjadi budaya pembelajaran disekolah
- f. Mengupayakan iklim pembelajaran yang bersifat kreatif, inovatif dan kondusif.
- g. Menumbuhkan semangat kerja yang intensif, inovatif serta bertanggung jawab secara optimal dan profesional.
- h. Mengembangkan keterampilan siswa/peserta didik dan warga sekolah sesuai dengan kemampuan dan bakat yang dimiliki.
- i. Melengkapi sarana dan prasarana serta fasilitas pendidikan yang dapat menunjang proses pembelajaran.
- j. Menciptakan sekolah yang bebas minuman keras, narkoba dan tawuran antar pelajar.
- k. Mempersiapkan siswa/peserta didik untuk dapat menuju jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

## **5. Rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung**

Ekstrakurikuler ROHANI ISLAM (ROHIS) SMA Perintis 1 Bandar Lampung mempunyai arti Sebuah Program Ekstra Kurikuler yang kegiatannya terfokus kepada peningkatan pengetahuan atau pemahan atau

keterampilan dan sikap berbasis ke-Islaman yang pada akhirnya dapat mengantarkan siswa menjadi Generasi Mandiri Berakhlaq Mulia. Adapun tujuan ekstrakurikuler rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

a. Tujuan Umum

Membantu siswa dalam menuntaskan pembelajaran secara menyeluruh yang berkarakter serta mempunyai kecakapan hidup berbasis Iman dan Taqwa (IMTAQ) kepada Allah SWT.

b. Tujuan khusus

Dapat membaca Al-qur'an dengan baik dan benar, mempunyai semangat dalam melaksanakan ibadah, Berakhlak mulia, Mengetahui dasar-dasar dalam berda'wah, mengetahui dasar-dasar pembinaan remaja masjid, mengetahui dasar-dasar manajemen Masjid, Menguasai methoda pembelajaran IQRO', Mengetahui manajemen pendirian dan pengelolaan pengajian anak-anak.

Rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung telah dibentuk sejak tahun 1995 sesuai dengan visi dan misi yaitu menjadikan insan yang beriman serta salah satu misinya yaitu mengupayakan kegiatan belajar mengajar yang bernuansa agamis dan berorientasi pada pembentukan akhlak yang mulia. Kemudian berdasarkan hasil kesepakatan dan tujuan bersama pada

waktu itu sehingga para dewan guru memutuskan untuk membentuk ekstrakurikuler kerohanian yang saat ini adalah rohis.<sup>65</sup>

Rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung telah meraih beberapa penghargaan diberbagai bidang salah satunya da'i dan da'iah, tidak hanya itu mereka selalu aktif dalam menggerakkan kegiatan-kegiatan kerohanian untuk sekolah seperti sholat duha bersama pada hari jum'at satu sekolah termasuk para pengajar dipagi hari pada pukul 07.30 WIB dan tadarus berjamaah setiap pagi setelah tanda masuk pertama dimulai yaitu pukul 07.15 WIB.<sup>66</sup>

## **6. Visi Rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung**

Membangun kepribadian siswa yang berkarakter dan memiliki keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT.

## **7. Misi Rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung**

1. Mengamalkan nilai-nilai ajaran Islam yang terkandung didalam Al-Qur'an dan Al-Hadits agar dapat menjadi khalifah yang baik di muka bumi.
2. Bertanggung jawab menjalankan kegiatan rohis SMA perintis 1 Bandar Lampung dengan sebaik-baiknya
3. Bersungguh-sungguh dalam berdakwah dan beramal

---

<sup>65</sup> Wawancara dengan Pak Hazizi, S.pd.i tanggal 23 April 2018

<sup>66</sup> Wawancara ketua rohis (Khasrian) tanggal 29 Maret 2018

4. Selalu menjaga persaudaraan *ukhuwah islamiyah*
5. Menjaga kehormatan organisasi rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung.
6. Menjadi teladan yang baik bagi teman-teman siswa/siswi SMA Perintis 1 Bandar Lampung.

## **8. Program Kerja Ekskul Rohis**

### **8.1 Program Kerja Umum**

#### **a. Ketua/Wakil Ketua :**

Melaksanakan seluruh program kerja organisasi sesuai berdasarkan hasil Musyawarah Besar (MUBES) atau kesepakatan pengurus.

#### **b. Sekretaris/Wakil Sekretaris**

Melaksanakan seluruh administrasi organisasi, (buku Induk anggota / Program Kerja surat menyurat).

#### **c. Bendahara/Wakil Bendahara**

Melaksanakan administrasi keuangan organisasi meliputi pemasukan dan pengeluaran.

### **8.2 Program Kerja Khusus**

#### **a. Bidang Dana & Usaha**



- 1) Pengelolaan Infak Jum'at dan Infak Lainnya. (Penarikan, Pencatatan, Pendistribusian dan Pelaporan)
- 2) Menggali potensi dana dari anggota
- 3) Menggali sumber dana dari sumber lain yang halal dan tidak mengikat

#### **b. Bidang Syiar & Da'wah**

- 1) Menyelenggarakan Program Pembinaan mingguan ( Setiap hari Kamis )
  - a) Menyusun Jadwal kegiatan ( materi dan pemateri )
  - b) Mengelompokkan anggota menjadi kelompok-kelompok tadarus Kajian
  - c) Membuat dan melaksanakan pengabsenan anggota
  - d) Mengkoordinir Pengabsenan kegiatan sholat Jum'at
- 2) Melaksanakan Peringatan Hari Besar Islam (PHBI)
  - a) Menyusun program kegiatan untuk setiap hari besar Islam
  - b) Bersama dengan ketua ROHIS menyusun panitia pelaksana

#### **c. Bidang Pengembangan Tilawatil Qur'an**

- 1) Menyusun kelompok tadarus Al-qur'an
- 2) Memantau kegiatan tadarus Al-qur'an
- 3) Bersama Ketua / Wakil Ketua Mengisi (Menandatangani) buku KAPENDIS (Kegiatan Nilai-Nilai Dasar Islam)
- 4) Melaksanakan MTQ Antar Kelas
- 5) Mengikuti MTQ di tingkat Kabupaten

#### **d. Bidang Kaderisasi**

- 1) Melaksanakan Kegiatan Solat & Ta'lim Duha
  - a) Melaksanakan Kegiatan Ta'aruf Rohis (KATARIS)
  - b) Menyusun jadwal petugas (pemateri dan MC) ta'lim duha
  - c) Mengisi Buku Agenda kegiatan Shalat dan Ta'lim Duha
- 2) Melaksanakan program penerimaan anggota baru
- 3) melaksanakan kegiatan *Munaqosah*/ujian kenaikan tingkat

#### **e. Bidang Seni Budaya Islam**

- 1) Membentuk/Memajukan Group Nasyid/Qosidah
- 2) Melaksanakan perekrutan anggota Nasyid/Qosidah
- 3) Menyusun Program Latihan

4) Menyelenggarakan Lomba Nayid/Qosidah internal/ekternal

5) Mengikuti Perlombaan Nasyid/Qosidah tingkat Kabupaten

## **G. Pelaksanaan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian dilakukan peneliti dari tanggal 26 maret-27 april 2018 karena peneliti tidak hanya menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data tetapi juga observasi dan wawancara terhadap pihak sekolah yang berkaitan langsung dengan ekstrakurikuler rohis seperti kepala TU, wakakurikulum siswa dan pembina rohis. Seperti yang sudah dijabarkan pada metode pengumpulan data bahwa peneliti menggunakan observasi karena objek yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah remaja dengan segala macam tingkatan emosional yang berbeda yang dikhawatirkan akan terjadinya penolakan ketika langsung pada tahap kuesioner, sehingga peneliti bermaksud ingin melakukan pendekatan terlebih dahulu. Kemudian, peneliti bermaksud bahwa penelitian ini tidak hanya pada tahap pengukuran berpengaruh atau tidaknya tetapi lebih kepada tahap implikasi.

### **1. Uji Coba Skala**

Tujuan dari uji coba skala adalah untuk mengetahui kelayakan dari item-item yang digunakan dalam penelitian ini, yang dalam hal penelitian ini adalah item-item dari pengaruh media sosial *instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja. Selain itu, uji coba skala dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran umum tentang

pelaksanaan penelitian yang sebenarnya. uji coba skala dilakukan dari tanggal 23-24 april 2018 di SMA Perintis 1 Bandar Lampung tepatnya pada remaja rohis. Item pada skala dinyatakan layak apabila memenuhi standar validitas dan realibilitas yang ditetapkan dengan analisis menggunakan bantuan komputer melalui Program Spss (*Statistical Package For Social Sciencer*) for Windows 18.

## 2. Hasil Uji Coba Skala

Hasil uji coba skala dalam penelitian ini yaitu pengaruh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja adalah, untuk melihat tingkat kevalidan dan realibilitasnya. Berdasarkan hasil analisis menggunakan teknik *korelasi product moment* dengan masing-masing variabel, 30 item untuk pengaruh media sosial *instagram* dan 22 item untuk perilaku keagamaan remaja adalah sebagai berikut:

### 2.1 Uji Realibilitas & Validitas Item Media Sosial *Instagram*

#### Reliability Statistics

##### Media Sosial *Instagram*

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	30

**Tabel 4.1****Validitas Pengaruh Media Sosial *Instagram***

Indikator	Aitem Semula	Aitem Gugur	Aitem Valid (No Aitem)	Koefisien Korelasi Aitem- Total
<i>Hastag (#)</i>	7	3	4 (1, 9, 23, 2, 10, 17)	0,366-0,489
<i>Mentions</i>	8	5	3 (24, 11, 15)	0,327-0,523
Mengikuti Akun Keagamaan/Islam	7	1	6 (26, 5, 20, 27, 6, 14)	0,350-0,452
<i>Like &amp; Komentari</i>	8	4	4 (15, 22, 28, 29)	0,462-0,660
	30	13	17	0,340-0,660

Hasil analisis diatas, dapat diketahui bahwa realibilitas skala pengaruh media sosial *instagram* adalah 0.778 yang berarti bahwa tingkat skala cukup reliable. Perhitungan angket pengaruh media sosial *instagram* menggunakan teknik *korelasi product moment* pada taraf signifikansi 5%, untuk 30 item dari skala media sosial *instagram* ada 13 item yang gugur.

Untuk melihat aitem mana yang tidak konsisten dalam menggambarkan respon subjek, maka kita dapat melihatnya dari kolom *corrected item-total correlation*. Bandingkan dengan r hitung, jika r

hitung  $> r$  table, maka item tersebut dapat diterima atau valid. Untuk hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat di lampiran.

Dalam kasus diatas, nilai  $r$  hitungnya  $< r$  table 0.250 adalah aitem nomer3, 4, 7, 9, 12, 13, 16, 18, 21, 23 maka kita dapat menghilangkan aitem tersebut. setelah dihilangkan maka nilai alpha cronbachnya menjadi 0.840, adapun yang valid bergerak 0.340 sampai dengan 0.552 untuk perhitungan lebih lanjutnya dapat dilihat dilampiran.

## 2.2 Uji Realibilitas & Validitas Perilaku Keagamaan Remaja

Pengujian skala perilaku keagamaan remaja dalam pengujian reliabilitas & validitas seperti dibawah ini.

### Reliability Statistics

#### Perilaku Keagamaan Remaja

Cronbach's Alpha	N of Items
.770	22

**Tabel 4.2**

### Validitas Perilaku Keagamaan Remaja

Indikator	Aitem Semula	Aitem Gugur	Aitem Valid (No. Aitem)	Koefisien Korelasi Item Total.
Ritual	7	3	4 (16, 2, 10, 3)	0,317-0,352

Sosial	8	3	5 (11, 18, 19, 13, 20)	0,320-0.464
Intelektual	7	4	3 (7, 14, 22)	0,350-0,540
Total	22	10	12	0,327-0.540

Hasil perhitungan menggunakan aplikasi SPSS, nilai alpha cronbach pada skala perilaku keagamaan remaja yaitu 0.770 itu artinya bahwa skala cukup reliable. dalam kasus diatas yang nilai r hitungnya kurang dari r table yaitu item nomer 1, 4, 5, 6, 8, 9, 12, 15, 17, 21 maka sepuluh item tersebut gugur atau harus dihilangkan. sementara item yang lain dapat diterima atau valid.

Setelah dihilangkan aitem yang gugur maka nilai *Alpha Cronbachnya* menjadi 0.746, adapau koefesien item valid bergerak sampai 0.327 sampai dengan 0.540. Adapun lebih jelasnya dapat dilihat dilampiran.

## H. Hasil Penelitian

### 1. Karakteristik Sampel

Pengambilan sampel penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *proporsional random sampling*. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 35 responden yaitu dengan kriteria remaja rohis yang mengakses media sosial *Instagram* dengan remaja yang terdiri dari kelas X hingga XII yang tergabung dengan rohis. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut:



### 1.1 Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden Remaja Rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel. 4.3**

#### **Karakteristik Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	9	25,7
2	Perempuan	26	74,3%
<b>Total</b>		<b>35</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin remaja rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang paling banyak adalah perempuan yaitu berjumlah 26 orang atau sebesar 74,3% dan laki-laki berjumlah 9 orang atau 25,7%. Dari keterangan data diatas menunjukkan bahwa sebagian besar remaja rohis yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

### 1.2 Kurun waktu memiliki akun media sosial *Instagram*

Data mengenai kurun waktu memiliki akun media sosial *instagram* pada penelitian ini peneliti mengkategorikannya dalam 3

kategori yaitu 6-12 bulan, 1-2 tahun dan > 2 tahun. Adapun data responden berdasarkan kurun waktu memiliki akun media sosial *instgaram* pada responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.4**

**Karakteristik Jawaban Responden Berdasarkan Waktu**

**Memiliki Akun Media Sosial *Instagram***

No	Waktu memiliki akun	Jumlah	Persentase (%)
1	6-12 bulan	2	5,7
2	1-2 tahun	6	17,1
3	>2tahun	27	77,2
<b>Total</b>		<b>35</b>	<b>100%</b>

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki akun media sosial *instgaram* antara 6-12 bulan berjumlah 2 orang atau sebesar 5,7%, responden yang memiliki akun media sosial *instagram* 1-2 tahun berjumlah 6 orang atau sebesar 17,1% dan responden yang memiliki akun media sosial *instagram* > 2 tahun berjumlah 27 orang atau sebesar 77,2%. Dari keterangan tabel diatas menunjukkah bahwa sebagian besar responden remaja rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang diambil dalam penelitian ini memiliki akun media sosial *instagram* > 2 tahun.

### 1.3 Waktu mengakses media sosial *Instagram*

Data mengenai waktu responden untuk mengakses media sosial *instagram* pada penelitian ini peneliti mengelompokkan menjadi empat kategori yaitu tiap 20 menit sekali >20 kali dalam sehari dan >20menit dalam sehari. Adapun data waktu mengakses media soisal *instagram* responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

**Karakteristik Jawaban Responden Berdasarkan Waktu  
Mengakses Media Sosial *Instagram***

No	Waktu mengakses	Jumlah	Persentase (%)
1	Tiap 20 menit	11	31,4%
2	>20 kali/hari	19	54,3%
3	>20 menit/hari	5	14,3%
<b>Total</b>		<b>35</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan data dari tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa waktu mengakses media sosial *instagram* yang diambil menjadi responden mayoritas memiliki waktu mengakses >20 kali dalam sehari yang berjumlah 19 orang atau sebesar 54,3% kemudian waktu mengakses media sosial instgaram tiap 20 menit berjumlah 11 orang atau sebanyak 31.4% dan waktu mengakses media sosial instagram >20 menit dalam sehari berjumlah 5 orang atau sebesar 14,3%. Dari keterangan tabel menunjukkan bahwa

remaja rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang diambil sebagai responden sebagian besar mengakses media sosial *instagram* memiliki waktu >20 kali dalam sehari.

## 2. Klasifikasi Hasil Norma Skala

### 2.1 Norma Skala Media Sosial *Instagram*

**Tabel 4.6**

**Klasifikasi pemanfaatan konten media sosial *Instagram***

Interval	Kategori	Frekuensi	Jumlah (%)
80 - 87	Rendah	3	9%
87 - 94	Sedang	14	40%
94 - 101	Tinggi	18	51%
<b>Total</b>		<b>35</b>	<b>100%</b>

Hasil analisis kemudian diklasifikasi berdasarkan kategori diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yaitu dengan persentase 51% termasuk kategori tinggi dalam memanfaatkan konten ataupun fitur dari media sosial *Instagram*, sementara itu 40% termasuk kategori sedang dalam memanfaatkan konten ataupun fitur dari media sosial *Instagram*. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa ketertarikan responden pada memanfaatkan konten ataupun fitur dari media sosial *instagram*

dengan kategori tinggi sebanyak 51% artinya media sosial *Instagram* memiliki pengaruh terhadap perilaku keagamaan remaja.

## 2.2 Norma Skala Perilaku Keagamaan

**Tabel 4.7**

### **Klasifikasi Perilaku Keagamaan Remaja**

No	Aspek	Skor Item Total	Jumlah (%)
1	Dimensi Ritual	790	33%
2	Dimensi Sosial	867	36%
3	Dimensi Intelektual	778	31%
<b>Total</b>		<b>2.435</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas maka dapat ditarik kesimpulan, apabila dilihat dari segi perilaku keagamaan remaja yang ditinjau dengan menggunakan aspek dimensi ritual, dimensi sosial dan dimensi intelektual. Maka dimensi yang lebih cenderung terpengaruh oleh media sosial *Instagram* terhadap remaja sebagai responden di SMA Perintis 1 Bandar Lampung adalah dimensi sosial yaitu implikasi pengetahuan mereka terhadap agama dengan persentase mencapai 36% diwujudkan dengan tertermotivasi untuk lebih menghormati orangtua, tetap menjaga persaudaraan *ukhuwah islamiyah*, tidak berlebihan dalam hal dunia terutama yang sedang *trend* dikalangan remaja serta peduli terhadap sesama. Kemudian

dimensi ritual hanya terpengaruh sebesar 33% dan sisanya 31% adalah dimensi intelektual.

### 3. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan peneliti untuk menguji apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menentukan nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikansi  $< 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi normal. Untuk mengujinya dalam penelitian ini digunakan uji *one sample kolmogrov smirnov test* dengan bantuan komputer melalui program spss (*statistical package for social sciencer*) for windows 18. adapun hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

**Tabel. 4.8**

#### Hasil Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Media	Perilaku
		Sosial	Keagamaan
		<i>Instagram</i>	Remaja
N		35	35
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	93.37	69.66

	Std. Deviation	4.965	3.613
Most Extreme Differences	Absolute	.110	.159
	Positive	.084	.086
	Negative	-.110	-.159
Test Statistic		.110	.159
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>	.025 <sup>c</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa dari kedua variabel yaitu pengaruh media sosial *instagram* dan perilaku keagamaan remaja menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,200 untuk pengaruh media sosial *instagram* dan 0,25 untuk perilaku keagamaan remaja artinya dari kedua variabel nilai signifikan yang dihasilkan  $> 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

#### 4. Uji Linearitas

Uji Linearitas digunakan peneliti untuk mengetahui apakah dua variabel dalam penelitian ini mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ . uji ini biasanya digunakan sebagai



prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. untuk menguji data ini peneliti menggunakan uji *test for linearity* dengan bantuan komputer melalui program SPSS (*statistical package for social sciencer*) for windows 18. adapun hasil uji linearitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Linearitas**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
prilaku * media s	Between Groups	(Combined)	234.519	16	14.657	1.260	.316
		Linearity	52.844	1	52.844	4.543	.047
		Deviation from Linearity	181.675	15	12.112	1.041	.462
	Within Groups		209.367	18	11.631		
	Total		443.886	34			

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis diatas dari kedua variable diperoleh nilai signifikan sebesar 0,462 artinya dari kedua variabel nilai signifikan yang dihasilkan  $> 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel pengaruh media sosial *instagram* dan perilaku keagamaan remaja adalah linear.

## 5. Uji Koefisien Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana dilakukan peneliti untuk mengetahui lebih jelas seberapa besar hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan cara memanipulasi nilainya. adapun hasil analisis uji regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Regresi Linear Sederhana**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	46.212	11.117		4.157	.000
	media s	.251	.119	.345	2.112	.042

a. Dependent Variable: prilaku kegamaan remaja

Berdasarkan hasil analisis data diatas dapat diperoleh bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 46,212 + 0,251X$$

Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai constant adalah 46,212 artinya jika pengaruh media sosial *instagram* 0 maka besarnya perilaku keagamaan remaja sebesar 46,212 apabila

pengaruh media sosial *instagram* mengalami peningkatan 1% maka perilaku keagamaan remaja akan mengalami peningkatan sebesar 25,1%. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara pengaruh media sosial *instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja.

## **I. Analisis Hasil Uji Hipotesis**

Uji Hipotesis dilakukan peneliti untuk menguji dan memprediksi apakah variabel bebas yang dalam hal ini adalah pengaruh media sosial *instagram* memberikan pengaruh terhadap variabel terikat yang dalam hal ini adalah perilaku keagamaan remaja. Dalam pengujian ini peneliti uji koefisien determinasi ( $r^2$ ) menggunakan teknik *korelasi product moment* dengan bantuan komputer melalui program spss (*statistical package for social sciencer*) for windows 18. adapun hasil uji hipotesis adalah sebagai berikut :

### **1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dilakukan peneliti untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dari indikator variabel bebas yaitu media sosial *instagram* dalam mempengaruhi variabel terikat yaitu perilaku keagamaan remaja. dalam analisis ini peneliti menggunakan teknik *korelasi product moment SPSS for windows 18*. adapun hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.11**

**Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.345 <sup>a</sup>	.119	.092	3.442

a. Predictors: (Constant), media s

Hasil uji analisis diatas menunjukkan bahwa terdapat korelasi atau hubungan antara media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja yaitu sebesar 0,345. Sedangkan pengaruh yang diberikan oleh media sosial terhadap Perilaku keagamaan remaja ditunjukkan oleh *R Square* yaitu sebesar 11,9% artinya bahwa pengaruh variabel bebas media sosial *instagram* terhadap variabel terikat perilaku keagamaan remaja adalah sebesar 11,9% sedangkan sisanya (100%-11,9%) adalah 88,1% dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian ini. Artinya hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti benar.

**J. Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian yang dilaksanakan di SMA Perintis 1 Bandar Lampung untuk mengetahui pengaruh media sosial *Instagram* terhadap perilaku

keagamaan remaja. Setelah dilakukan uji hipotesis menggunakan teknik *korelasi product moment* didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh atau hubungan antara media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja yaitu sebesar 11,9%. Maka hipotesis peneliti dapat digunakan yaitu terdapat pengaruh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja.

Hasil norma skala berdasarkan pemanfaatan konten media sosial *Instagram* adalah tingkat kategori tinggi responden terhadap media sosial *Instagram* sebesar 51% sedangkan sisanya berkategori sedang sebesar 40% dan berkategori rendah sebesar 9%. Kategori tinggi minat responden terhadap pemanfaatan konten media sosial *Instagram* tersebut diperoleh dari norma skala 94-101 dan responden yang tertarik berjumlah 18 responden dari jumlah 35 responden, sehingga diperoleh hasil 51%, nilai tersebut diperoleh seperti yang diungkapkan oleh CEO *Instagram*, Kevin Systrom bahwa pengguna terbanyak media sosial *Instagram* adalah kalangan remaja, kemudian berdasarkan teori media sosial *Instagram* yaitu *Instagram* merupakan sistem pengolahan foto dan video serta perolehan informasi yang lebih cepat dan praktis. Informasi yang ditampilkan di Media sosial *Instagram* disetiap postingan gambar rinci dan jelas, seperti maksud dan ditujukan kepada pengguna lain melalui *mentions*, menjelaskan keterangan foto dan video dalam *caption*, bahkan pengguna dapat menyebutkan sumbernya. Kemudian yang disajikan dalam *instagram* adalah berbagai informasi termasuk tentang keIslaman. Hal ini menyebabkan media sosial *Instagram* tidak hanya sebagai segmentasi pasar atau perdagangan tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk

berdakwah. Kemudian, kelebihan lain yang dimiliki adalah sistem pengolahan foto dan video yang sangat mudah, mengambil dan menyebarluaskan tidak hanya dalam akun media sosial *Instagram*, namun dapat dibagikan dengan akun media sosial lainnya seperti facebook dan path, melalui banyaknya fitur-fitur yang disajikan dan mudah dipahami oleh penggunanya. Faktor berikutnya yaitu fitur yang disajikan dapat dimanfaatkan untuk berinteraksi dengan pengguna lain melalui pemanfaatan *like* & komentar karena tidak hanya mengkritik dan memberikan saran tetapi mampu menciptakan *ukhuwah islamiyah* dengan tetap menjaga silaturahmi. Kemudian, mengajak orang lain untuk menggalakkan kegiatan baksos berdasarkan informasi yang didapat di akun-akun keagamaan *Instagram* bahkan menciptakan forum belajar antar sekolah yang tidak hanya seputar ajaran keislaman tetapi pelajaran sekolah sehingga membantu perkembangan studi dan berprestasi. Fitur selanjutnya yaitu *mentions* memudahkan untuk memanggil dan menyapa pengguna lainnya untuk memberikan informasi tertentu baik dari akun kita maupun orang lain. Faktor berikutnya adalah fitur *hashtag* (#) yang dengan mudah untuk mengkategorikan dan mencari informasi-informasi yang sama sehingga memudahkan untuk menemukan foto ataupun video tentang keIslaman seperti beribadah kepada Allah SWT, menghormati orang tua, tidak berlebihan dalam hal duniawi, perduli terhadap sesama dan lain-lain baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Hal tersebut dapat memotivasi remaja untuk melaksanakannya. Kategori sedang sebanyak 40% diperoleh dari norma skala media sosial *Insatgram* dengan nilai 87-94 dan responden yang menggunakan

adalah 14 dari 35 responden. Kategori sedang ini diperoleh berdasarkan atas detail yang ditampilkan dalam setiap postingan foto dan video tentang keislaman kurang rinci dan jelas, sehingga membuat pengguna kurang dalam memanfaatkannya. Hal lain adalah kurangnya pemahaman remaja dalam memanfaatkan fitur-fitur media sosial *Insatgram*. Sedangkan kategori rendah sebesar 9% diperoleh dari norma skala media sosial *Instagram* dengan nilai 80-87 dan responden yang memilih hanya 3 responden dari jumlah 35 respondn dan diperoleh 9%. Hal ini juga disebabkan oleh kurangnya pemahaman remana terhadap fitur-fitur yang disajikan. fitur-fitur yang disajikan dalam media sosial *Instagram* terlalu rumit sehingga dalam perolehan informasi dianggap kurang pas.

Perilaku keagamaan remaja berdasarkan hal yang ditinjau dengan menggunakan aspek dimensi ritual, dimensi sosial dan dimensi intelektual. Maka dimensi yang lebih cenderung terpengaruh oleh media sosial *Instagram* terhadap remaja sebagai responden di SMA Perintis 1 Bandar Lampung adalah dimensi sosial yaitu implikasi pengetahuan mereka terhadap agama yaitu dengan tertermotivasi untuk lebih menghormati orangtua, tetap menjaga persaudaraan *ukhuwah islamiyah*, tidak berlebihan dalam hal dunia terutama yang sedang *trend* dikalangan remaja serta peduli terhadap sesama dengan persentase mencapai 36%. Apabila penggunaan konten ataupun fitur media sosial *Instagram* dalam menyebarluaskan foto dan video tentang keislaman semakin banyak dilakukan maka besar kemungkinan perilaku keagamaan pada



remaja akan membaik yang mencerminkan nilai-nilai keislaman seperti yang disebut peneliti dalam penelitian ini.



## BAB V

### PENUTUP

#### C. Kesimpulan

Pembahasan hasil pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini yaitu tentang pengaruh media sosial *instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja (studi pada rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung) dapat disimpulkan bahwa:

Pengaruh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja (studi pada rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung) , bahwa media sosial *instagram* berfungsi memberikan pengaruh kepada remaja rohis lewat penggunaan fitur-fitur yang disajikan, sehingga dengan adanya media sosial *Instagram* remaja rohis dapat terpengaruh dalam perilaku sehari-hari yang mencerminkan nilai-nilai keislaman dengan memanfaatkan fitur *hashtag* (#) tidak hanya untuk menyebarluaskan foto dan video tentang keislaman tetapi untuk mencari atau mengakses berita-berita tentang keislaman di *instagram* seperti beribadah kepada Allah SWT, mengormati orang tua, tidak berlebihan dalam hal duniawi dan perduli terhadap sesama. *Mentions* tidak hanya dimanfaatkan untuk memanggil atau mencantumkan sumber informasi ketika menyebarluaskan foto dan video tentang keislaman tetapi untuk memanggil pengguna lain untuk memberikan informasi seperti foto dan video atau *caption* yang berisikan mengormati orang tua, tidak berlebihan dalam hal duniawi,

perduli terhadap sesama dan lain-lain yang kita akses dari akun lain guna memotivasi pengguna lain atau yang kita panggil untuk melaksanakan hal tersebut. Kemudian, *follow* akun keagamaan islam tidak hanya menambah pengetahuan ajaran islam tetapi dimanfaatkan untuk berdakwah, dan menambah semangat serta memotivasi remaja untuk melakukan kegiatan-kegiatan sosial berdasarkan informasi yang didapat dari mengkases akun-akun keagamaan di instagram seperti menggalakkan kegiatan baksos untuk saudara kita yang membutuhkan. Kemudian *like & komentar* tidak hanya menyukai dan memberikan kritik serta saran tetapi dimanfaatkan untuk menciptakan *ukhuwah islamiyah* dengan tetap menjalin silaturahmi antar sesama dan mengajak untuk bergabung dalam melakukan kegiatan-kegiatan yang bermanfaat lainnya seperti membentuk forum untuk belajar bersama intra dan antara sekolah melakukan kajian tidak hanya seputar pengetahuan keislaman tetapi pengetahuan umum seputar pelajaran sekolah, bertukar pendapat dan wawasan sehingga membantu dalam perkembangan studi sehingga berprestasi menjadi kebanggaan orang tua.

#### **D. Saran**

Adapun saran yang dapat disarankan untuk remaja dan penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Remaja harus cerdas dalam penggunaan media sosial *instagram*, dengan berbagai macam fitur yang dapat digunakan jadikanlah *instagram* sebagai

bahan dakwah. Sebagai seorang remaja siswa-siswi di SMA Perintis 1 Bandar Lampung harus faham terhadap peran dan fungsinya sebagai penerus bangsa yang bermoral terutama remaja rohis. Remaja rohis harus mampu mencerminkan nilai-nilai keislaman dalam berperilaku dalam kegiatan sehari-hari, baik untuk diri sendiri maupun terhadap orang lain terutama orang tua dan sesama muslim, menjadi teladan untuk remaja atau siswa-siswi yang tidak mengikuti rohis, bahkan mampu mengajak mereka dalam kegiatan yang bermanfaat.

2. Kepada peneliti selanjutnya, penelitian ini belum bisa dikatakan sempurna hasilnya, oleh karena itu peneliti menyarankan didalam penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti perlu dikembangkan isi didalamnya, atau menambahkan variabel-variabel judul lain yang memungkinkan ada kaitannya dengan penelitian ini yang tidak dapat diteliti seperti geotag atau lokasi, caption, share an lain-lain. Hal ini agar lebih menyempurnakan variabel dan mengetahui apa saja pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku keagamaan remaja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Bambang, *Instagram Handbook*. Jakarta : Media Kita, 2015.
- Ainur Rohim Faqih, *Bimbingan dan Konseling dalam Islam*. Yogyakarta: UII Press, 2001.
- Alwi Hasan, dkk. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Nasional Balai Pustaka, 2005.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Prosedur Praktek*, Cet, Ke 03. Jakarta: Bumi Aksara, 1992.
- Beni ahmad saebani dan afifudin, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Djamaluddin Ancok, Fuat Nashori Suroro, *Psikologi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995.
- Handani Bajtan Adz-Dzaky, *Konseling dan Psikoterapi Islam*. Yogyakarta: Fajar Pustaka Baru, 2002.
- Hasan, Iqbal M, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Jakarta: Gahalia Indonesia, 2002.
- HOS. Tjokroaminoto, *Islam dan Sosialisme*. Bandung: Segi Arsy, 2008.
- Irawan, Prasetya, *Logika dan Prosedur Penelitian*. Jakarta, Setiawan Pers, 1999.
- Koentaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia, 1991.
- Koesmarwanti, Nugroho Widiyantoro, *Dakwah Sekolah di Era Baru*. Solo: Era Inter Media, 2000.
- Makmur, Samsuddin Abin, *Psikologi Umum*. Jakarta: CV Rajawali, 1990.

Narbuko, Cholid dan Abu Ahmadi, *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 1991.

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015.

Notoatmodjo, Soekidjo. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.

Nurcholish Madjid, *Islam Agama Kemanusiaan: Membangun Tradisi dan Visi Baru Islam Indonesia*. Jakarta: Paramadina, 2003.

Qadir, Abdul M, *Hukum dan Penelitian Huku*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.

Ramayulis, *Psikologi Agama* Cet IX. Jakarta: Kalam Mulia, 2011.

Rafy Sapuri, *Psikologi Islam: Tuntunan Jiwa Manusia Modern*. Jakarta: Rajawali Press, 2009.

Rakhmat, Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya, 1999.

Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2009.

Sarlito, Wirawan, *Metode Penelitian Sosial*, Cet. IV PT. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.

———, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.

———, *Satistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta, 2015.

———, *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabetha, 2013.

Setiadi, elly M dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi Dan Pemecahnya*. Jakarta: Prenada Media Group, 2011.

Sri Rumini & Siti Sundari, *Perkembangan Anak & Remaja*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.

Taufik Abdullah dan M. Rusli Karim, ed. *Metodologi Penelitian Agama: sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 1989.

V. Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

W.J.S. Poerwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1986.

Zakiah Darajat, *Pembinaan Remaja*. Jakarta: Bulan Bintang, 1982.

#### Jurnal

Aditya, R. (2015). "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru". Pekanbaru: Jom FISIP Volume 2 No 2

Agustina, "Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda" eJournal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman, 2016

Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia" *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tulungagung* (2016)

Ariestya Ayu Permata, "Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram" *Jurnal Unair* (2017).

Audah Mannan, "pembinaan moral dalam membentuk karakter remaja (studi kasus remaja peminum tuak di kelurahan suli kecamatan suli kabupaten luwu)", *Jurnal Aqidah-Ta Vol. III No. 1* (2017)

Dhita Widya Putri; Maulida De Mormes, "Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @thekufed" *The Messenger Volume 9, No. 1*(2017)



Haryanto, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi" *EduLib* (2015).

Irwan Sahaja, "Pengertian Media Sosial, Manfaat, dan Jenisnya", diakses dari <http://irwansahaja.blogspot.com/2013/05/pengertian-media-sosial-manfaat-dan.html> pada tanggal 10 Juni 2017 pukul 09:55

Kaplan, Andreas M., Haenlein, Michael "Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media". *Business Horizons* (2010).

Mandotek, "Pengaruh Media Sosial di Kalangan Remaja", diakses dari <https://mandhoteck.wordpress.com/2016/02/21/makalah-tugas-bahasa-indonesia-pengaruh-media-sosial-di-kalangan-remaja/>

Puguh Kurniawan, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh" *Kompetensi*, Vol. 11, No. 2 (2017)

Pramudyasari Nur Bintari, Cecep Darmawan, "Peran Pemuda Sebagai Penerus Tradisi Sambatan Dalam Rangka Pembentukan Karakter Gotong Royong" *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, Vol. 25, No. 1 (2016)

Rangga Aditya, "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru" *Jom FISIP Volume 2 No. 2* (2015)

Skripsi Aguslianto, "Pengaruh Sosial Media Terhadap Akhlak Remaja" Fak. Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry Darussalam, Banda Aceh. 2017.

Syaiful Hamali, "Karakteristik Keberagamaan Remaja Dalam Perspektif Psikologi" *Al-AdYaN/Vol.XI, No.1* (2016)

Sedulur, 2012: <http://sedulur-kabeh.blogspot.com>